

Chocolove A.E. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



Η ..αιώνια αγαπημένη σας

www.chocolove.gr

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ Β! ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ Εργασία για Σοκολατοβιομηχανία 2ο ΓΥΜΝΑΣΙΟ ΑΓΙΟΥ ΙΩΑΝΝΗ ΡΕΝΤΗ ΤΜΗΜΑ : Β1α

Μέλη ομάδας εργασίας

Γενικός Διευθυντής	:	ΑΣΗΜΙΔΗΣ	ΝΙΚΟΛΑΟΣ
Δ/ντής Προσωπικού	:	ΑΡΑΠΗΣ	ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
Δ/ντρια Οικονομικών	:	ΒΛΑΧΟΥ	ΕΥΑΝΘΙΑ
Δ/ντής σχεδίασης προϊόντων	:	ΒΟΥΝΤΖΟΥΚΛΗΣ	ΧΡΥΣΑΝΘΟΣ
Δ/ντής Δημοσίων σχέσεων	:	ΒΛΑΧΟΓΙΑΝΝΗΣ	ΧΡΗΣΤΟΣ
Δ/ντρια Μάρκετινγκ	:	ΒΑΚΟΥΛΗ	ΕΛΙΣΣΑΒΕΤ
Διευθύντρια παραγωγής	:	ΓΙΑΝΝΙΤΣΗ	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
Δ/ντής Υγιεινής και ασφάλειας	:	ΓΕΩΡΓΟΠΟΥΛΟΣ	ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ
Δ/ντής Προμηθειών	:	ΒΕΡΟΥΣΙ	ΔΙΟΝΥΣΗΣ
Δ/ντής Ποιοτικού ελέγχου	:	ΑΝΤΖΑΡΑ	ΓΕΩΡΓΙΑ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΝΤΟΥΣΗΣ ΗΡΑΚΛΗΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΑ-ΕΝΟΤΗΤΕΣ

ΣΕΛ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο : ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1α . Η ιστορία της σοκολάτας.....	2
1β. Ο κλάδος της σοκολατοβιομηχανίας στην Ελλάδα.....	3
1γ. Ονομασία – έμβλημα και σλόγκαν της επιχείρησής μας.....	3
1δ. Το οργανόγραμμα μας.....	4
1ε. Τα καρτελάκια της επιχείρησής μας.....	5
1στ. Η επίσκεψη μας στην σοκολατοβιομηχανία ΙΟΝ.....	5
1ζ.Είδη σοκολάτας	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

2α..Στόχοι του τμήματος	8
2β. Οι αξίες της Chocologne.....	8
2γ. Το όραμα μας.....	8
2δ. Χρονολογίες – σταθμοί στη νεότερη ιστορία της σοκολάτας.....	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

3α. Στόχοι του τμήματος.....	11
3β. Το ανθρώπινο δυναμικό μας	11
3γ. Αγγελία πρόσληψης στελέχους της επιχείρησής.....	11
3δ. Διαδικασίες πρόσληψης προσωπικού.....	12
3ε. Τρόποι απόλυσης εργαζομένων – Νομοθεσία.....	13

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

4α. Στόχοι του τμήματος	15
4β. Οικονομικοί κυρίαρχοι στόχοι για το 2013.....	15
4β. Το καταστατικό της επιχείρησής.....	16
4γ. Προϋπολογισμός πωλήσεων 2ου τριμήνου 2013.....	21
4ε. Τιμοκατάλογος προϊόντων.....	21
4στ.. Οικονομικά αποτελέσματα 2012.....	22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

5α. Η ζήτηση για σοκολάτα και προϊόντα σοκολατοποιίας	24
5β. Στόχοι του τμήματος μάρκετινγκ	24
5γ. Δημιουργία ερωτηματολογίου για την επιλογή νέου προϊόντος	25
5δ. Αποτελέσματα έρευνας αγοράς για την επιλογή νέου προϊόντος	25
5ε Δίκτυο πωλήσεων και διανομής.	27

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

6α. Στόχοι του τμήματος παραγωγής.....	29
6β. Διάγραμμα και επεξήγηση διαγράμματος βιομηχανικής παραγωγής	29
6γ. Πρωτογενής παραγωγή – καλλιέργεια κακαόδεντρου.....	30
6δ. Περιγραφή των εγκαταστάσεων της επιχείρησής.....	31
6ε. Ο ρόλος του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης	32

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

7α. Η κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας.....	34
7β. Καθήκοντα ιατρού εργασίας.....	35
7γ. Δημιουργία αφισών και σημάτων ασφαλείας	35
7δ. Η διατροφική αξία της σοκολάτας	36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

8α. Στόχοι του τμήματος.....	39
8β. Σύντομο ιστορικό της εταιρείας μας	39
8γ. Η πολιτική μας για το περιβάλλον.....	39
8δ. Η εξαγωγική μας δραστηριότητα.....	40
8ε. Δελτίο τύπου για τα νέες μας γεύσεις	40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

9α. Ο ρόλος του τμήματος προμηθειών.....	42
9β. Πρώτες ύλες σοκολατοβιομηχανιών.....	42
9γ. Διαδικασία παραλαβής των προμηθειών.....	42
9δ. Διαχείριση των αποθεμάτων (stock).....	43
9ε. Παρακολούθηση των αποθεμάτων.....	44

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

10α. Διαδικασία σχεδιασμού νέου προϊόντος	46
10β. Κατασκευή δειγμάτων προϊόντων.....	46
10γ. Παρουσίαση των κατηγοριών προϊόντων της Chocolove A.E.....	47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

11α. Στόχοι του τμήματος	50
11β. Θεμελιώδεις Αρχές της Τυποποίησης προϊόντων.....	50
11γ. Σύστημα ποιοτικού ελέγχου της εταιρείας.....	51
11δ. Συστήματα διασφάλισης ποιότητας	51

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12ο: Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΗΣ ΜΑΚΕΤΑΣ ΜΑΣ

12α. Χρονοδιάγραμμα εργασιών μακέτας. Σχόλια για την τήρησή του.....	54
12β. Ημερολόγιο εργασιών κατασκευής μακέτας.....	54
12γ. Παρουσίαση σχεδίων κατασκευής μακέτας.....	55
12δ. Φωτογραφίες από την κατασκευή της μακέτας.....	56
12ε. Κατάλογος υλικών και προμηθευτών μακέτας.....	56
12στ. Κατάλογος εργαλείων και δυσκολίες στην κατασκευή της μακέτας.....	57
12ζ. Παρουσίαση κανόνων ασφαλείας κατά την εκτέλεση των εργασιών.....	57
12η. Οικονομικά στοιχεία σχετιζόμενα με την μακέτα.....	57
12θ. Παρουσίαση σεμιναρίων για την μακέτα.....	58

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13ο: ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΤΗΣ chocolove

13α. Φωτογράφιση χαρτονιού με διάγραμμα φάσεων παραγωγής σοκολάτας.....	60
13β. Φωτογράφιση χαρτονιού διαφήμισης της επιχείρησης.....	60
13γ. Φωτογράφιση χαρτονιού παρουσίασης της επιχείρησης.....	61
13δ. Φωτογράφιση δειγμάτων από προϊόντα της επιχείρησης μας.....	61

ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



Η ..αιώνια αγαπημένη σας

www.chocolove.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ



1α . Η ιστορία της σοκολάτας

Οι πρώτες πληροφορίες για την καλλιέργεια του κακαόδενδρου μας φέρνουν πίσω στην εποχή του πολιτισμού των Μάγιας, στην Κεντρική Αμερική. Στην εποχή των Αζτέκων οι Οίης χρησιμοποιούσαν τους καρπούς ως νόμισμα, αλλά και για την παρασκευή ενός πολύ γευστικού ροφήματος (Choclatl). Ο Χριστόφορος Κολόμβος ήταν ο πρώτος Ευρωπαίος που ανακάλυψε τους καρπούς του κακαόδενδρου, όταν έφθασε στην Νικαράγουα, στον 4ο ταξίδι του στην Αμερική, το 1502, αλλά δεν τους έδωσε σημασία. Έτσι ο πρώτος που θεωρείται ότι ανακάλυψε και έφερε το κακάο στην Ευρώπη, ήταν ο Ισπανός Φερδινάνδος Κορτέζ, ο οποίος το 1519 έφθασε με ένα μικρό στόλο 11 πλοίων στην ακτή του Γιουκατάν. Διέσχισε την άγνωστη χώρα του Μεξικού, έκανε μια σειρά από νικηφόρες μάχες με ιθαγενείς και τελικά ανάγκασε τον βασιλιά των Αζτέκων Μοντεζούμα να παραδοθεί με όλους τους θησαυρούς του. Ανάμεσα τους βρήκε και καρπούς κακάο, τους κακαοβαλάνους και δοκίμασε το ρόφημα τους το "σοκλάτλ". Ενθουσιάστηκε τόσο, που με το πρώτο πλοίο που έφυγε για την Ισπανία, έστειλε μαζί με τα τρόπαια των κατακτήσεων του και μια μεγάλη ποσότητα κακαοβαλάνων. Οι αριστοκρατικοί κύκλοι της Ισπανίας ξετρελάθηκαν με το νέο ρόφημα σοκολάτας που το προσάρμοσαν στα ευρωπαϊκά γούστα προσθέτοντας ζάχαρη.

Στα χρόνια που ακολούθησαν, το ρόφημα σοκολάτας εξαπλώθηκε σ' όλη την Ευρώπη και το 1819, παρασκευάζεται η πρώτη πλάκα σοκολάτας στην Ελβετία. Από κει και πέρα η πορεία της "τροφής των θεών", της σοκολάτας, όπως ονομάστηκε από τον Σουηδό βοτανολόγο Λινναίο (1707 - 1778) είναι γνωστή. Σ' ελάχιστο χρονικό διάστημα κατέκτησε με τις ανεκτίμητες ιδιότητες της, τις καρδιές μικρών και μεγάλων και έγινε η αγαπημένη τροφή όλων.

Οι σημαντικότεροι σταθμοί των 2 τελευταίων αιώνων είναι:

1828. Η πρώτη μέθοδος αποχωρισμού του βουτύρου του κακάο από τη σοκολάτα εφευρίσκεται στην Ολλανδία.

1841. Ανοίγει στην Αθήνα το "Γλυκυσματοποιείο". Στα 1852 το "Γλυκυσματοποιείο" φτιάχνει για πρώτη φορά στην Ελλάδα "τσοκολάτα".

1848. Στη Γαλλία ανοίγει το πρώτο κατάστημα πώλησης σοκολατινίων, διαφημίζοντας το γεγονός ότι οι σοκολάτες του γίνονται όλες στο χέρι.

1861. Ο Ρίτσαρντ Κάντμπουρι, γιος του ιδρυτή της γνωστής βρετανικής σοκολατοβιομηχανίας, σκέφτεται και δημιουργεί το πρώτο κουτί για σοκολατάκια σε σχήμα καρδιάς, που πωλείται από την εταιρία για την γιορτή του Αγίου Βαλεντίνου.

1875. Η πρώτη σοκολάτα γάλακτος παρασκευάζεται στην Ελβετία.

1897. Πρώτη καταγραφή της κατανάλωσης σοκολάτας. Οι Βρετανοί κατανάλωσαν εκείνο το έτος 18 εκατομμύρια κιλά, η υπόλοιπη Ευρώπη 50 εκατομμύρια και οι ΗΠΑ 13 εκατομμύρια κιλά.

1904. Το πρώτο βιομηχανικό στιγμιαίο ρόφημα σοκολάτας παρασκευάζεται στη Γαλλία.

1910. Ο Έλληνας μετανάστης Λεωνίδας Κεσδεκίδης ανοίγει στις Βρυξέλλες το πρώτο του κατάστημα. Τα σοκολατίνια Leonidas (Λεωνίδας) θα γίνουν παγκοσμίως διάσημα για την ποιότητα τους.

1930. Δημιουργία της εταιρίας ION.

1942. Στην Αμερική κατασκευάζεται η πρώτη σοκολάτα χωρίς βούτυρο κακάο, ώστε να έχει μεγαλύτερο χρόνο ζωής και να μπορεί να καταναλωθεί εύκολα από τους στρατιώτες στον πόλεμο.


1947. Η ION για πρώτη φορά δημιουργεί τη σοκολάτα γάλακτος με αμύγδαλα, τη γνωστή σε όλους ION Αμυγδάλου.


1980. Ανακοινώνεται ότι έχει τριπλασιαστεί η κατανάλωση κακάο και προϊόντων κακάο από το 1950. Στις δέκα πρώτες θέσεις κατανάλωσης βρίσκονται ευρωπαϊκές χώρες, από το 1980 ως σήμερα.

1986. Η ION λανσάρει την πρώτη τετράγωνη Ελληνική σοκολάτα, την γνωστή BREAK.

1β. Ο κλάδος της σοκολατοβιομηχανίας στην Ελλάδα

Η σοκολατοποιία ανήκει στον ευρύτερο κλάδο της εγχώριας βιομηχανίας ειδών διατροφής, περιλαμβάνει δε σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων διαφορετικών μεγεθών και δυναμικότητας. ΜΕ την παραγωγή προϊόντων της στην χώρα μας ασχολούνται :

 Βιομηχανικές μονάδες μεγάλου μεγέθους οι οποίες έχουν πολυετή παρουσία στον κλάδο και παράγουν ποικιλία προϊόντων με ισχυρά και πολυδιαφημιζόμενα εμπορικά σήματα. Οι εταιρείες αυτές συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μερίδιο της εγχώριας αγοράς σοκολάτα και διαθέτουν διευρυμένα εμπορικά δίκτυα διανομών που καλύπτουν όλη την Ελλάδα. Ταυτόχρονα έχουν την δυνατότητα να παρουσιάζουν νέα προϊόντα στην αγορά σε μεγαλύτερη συχνότητα σε σχέση με τον ανταγωνισμό και είναι σε θέση να δαπανούν μεγάλα ποσά για την διαφήμιση και προβολή των προϊόντων τους.

 Επιχειρήσεις μικρού μεγέθους που δεν διαθέτουν την γκάμα των προϊόντων των μεγαλύτερων εταιρειών , αλλά εξειδικεύονται σε συγκεκριμένα είδη σοκολατοποιίας, καθώς και σε άλλα ζαχαρώδη προϊόντα και είδη ζαχαροπλαστικής.

Ο εισαγωγικός τομέας του κλάδου χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων, οι οποίες δεν ασχολούνται μόνο με την εισαγωγή των εξεταζόμενων προϊόντων, αλλά δραστηριοποιούνται κυρίως στον ευρύτερο κλάδο (εισαγωγή και εμπορία) των ειδών διατροφής. Εισαγωγές πραγματοποιούν και κάποιες παραγωγικές εταιρείες του κλάδου, προκειμένου να εμπλουτίσουν την γκάμα των προϊόντων τους.

1γ. Ονομασία – έμβλημα και σλόγκαν της επιχείρησής μας

Ονομασία	Έμβλημα (σήμα)	Σλόγκαν
Chocolove A.E.		Η ...αιώνια αγαπημένη σας

1δ. Το οργανόγραμμά μας



1ε. Τα καρτελάκια της επιχείρησής μας



1στ. Η επίσκεψή μας στην σοκολατοβιομηχανία ION

Την Τετάρτη 5 Δεκεμβρίου 2012 η ομάδα μας επισκέφθηκε την σοκολατοβιομηχανία ION και στις 2,5 ώρες παραμονής μας στην επιχείρηση , αρχικά πραγματοποιήθηκε ξενάγηση στους εργοστασιακούς χώρους και ακολούθησε ενημέρωση και προβολή στην αίθουσα διαλέξεων της επιχείρησης. Οι πληροφορίες που συλλέξαμε και τα όσα παρακολουθήσαμε , μας βοήθησαν πάρα πολύ για να κατανοήσουμε και να λύσουμε αρκετές απορίες για το πώς κατασκευάζεται το αγαπημένο σ'όλους μας προϊόν της σοκολάτας



Εικόνα από την ενημέρωση της ομάδας στην αίθουσα διαλέξεων της σοκολατοβιομηχανίας ΙΟΝ στις 5/12/2012 . Διακρίνονται και 2 από τα μέλη που βοήθησαν στην άρτια και εξαιρετική ξενάγηση (3^ο μέλος : Κ.ΚΑΡΒΕΛΑΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ)









Εικόνα 2 από την ενημέρωση της ομάδας στην αίθουσα διαλέξεων της σοκολατοβιομηχανίας ΙΟΝ στις 5/12/2012 .









1ζ.Είδη σοκολάτας

Υπάρχουν πολλά είδη σοκολάτας. Μερικά από τα δημοφιλέστερα στην Ελλάδα είναι:

-  Κουβερτούρα (πικρή)
-  Σοκολάτα υγείας(σκούρα)
-  Σοκολάτα γάλακτος
-  Αμυγδάλου
-  Λευκή
-  Μαύρη

Τα είδη σοκολάτας εξαρτώνται από την περιεκτικότητα σε:

-  Κακάο - στερεά
 -  Βούτυρο κακάο
 -  Ζάχαρη
 -  Γάλα
 -  Πρόσθετους ξηρούς καρπούς (αμύγδαλα, φουντούκια)
 -  Πρόσθετα άλλα υλικά (σταφίδες, διογκωμένο ρύζι, κόκκους πιπεριού κλπ)
- και συνεπώς τα είδη σοκολάτας που κυκλοφορούν είναι πάρα πολλά.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμιγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



Η ..αιώνια αγαπημένη σας










www.chocolove.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ







2α. Στόχοι του τμήματος

Τα βασικά του δε καθήκοντα είναι να συντονίζει τις επί μέρους Διευθύνσεις, να οραματίζεται την ανάπτυξη και το μέλλον της εταιρείας, να παρακολουθεί την πορεία των εταιρικών υποθέσεων και να επεμβαίνει δραστικά με διορθωτικές κινήσεις σε περίπτωση που οι στόχοι της εταιρείας αρχίζουν να αποκλίνουν από το αρχικό σχέδιο. Πιο αναλυτικά:

-  Σχεδιάζει τη στρατηγική της επιχείρησης, δηλαδή καθορίζει τους μακροχρόνιους στόχους και καταγράφει τις απαιτούμενες ενέργειες για την επίτευξη τους (αύξηση πωλήσεων με διεύρυνση του δικτύου και στο εξωτερικό, εκπαίδευση πωλητών, διαφήμιση σε ξένα ΜΜΕ κ.λπ.).
-  Είναι υπεύθυνος για την υλοποίηση των στόχων της εταιρείας.
-  Καθορίζει τις δραστηριότητες της επιχείρησης μετά από τις εισηγήσεις των υπευθύνων των διαφόρων τμημάτων της εταιρείας.
-  Καθορίζει με σαφήνεια τους στόχους κάθε τμήματος και ελέγχει τις διαδικασίες για την επιτυχία τους, με προκαθορισμένα κριτήρια. Για το λόγο αυτό, συνεδριάζει με τους υπευθύνους των διαφόρων τμημάτων και εξετάζει την πρόοδο και τα προβλήματα του κάθε τμήματος, με στόχο την αντιμετώπισή τους.
-  Σε συνεργασία με τους υπευθύνους των διαφόρων τμημάτων καθορίζει χρονοδιάγραμμα εργασιών (έρευνα αγοράς, προμήθεια και συντήρηση μηχανημάτων, οργάνωση πωλήσεων κ.ά.) και μεριμνά για την τήρησή του.
-  Καθορίζει τα κριτήρια αξιολόγησης και τα οφέλη (πρίμ) αποδοτικότητας για κάθε τμήμα, έτσι ώστε να δημιουργούνται κίνητρα παραγωγικότητας για τους εργαζόμενους.
-  Ενημερώνει το Διοικητικό Συμβούλιο για την πρόοδο της εταιρείας και μεταφέρει τις αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου στους Διευθυντές και τους εργαζόμενους της επιχείρησης, ώστε να προσδιοριστούν οι ενέργειες που απαιτούνται για την υλοποίηση των στόχων.
-  Ενημερώνεται για τις εξελίξεις που διαγράφονται στην τοπική και διεθνή αγορά (τεχνολογικές - οικονομικές - επιχειρηματικές).
-  Αντιπροσωπεύει την εταιρεία σε εκδηλώσεις και την εκπροσωπεί υπογράφοντας τα επίσημα έγγραφα της, δηλαδή συμφωνίες (με τράπεζες, εμπόρους, προμηθευτές, πελάτες κ.λπ.) και συμβόλαια για αγοροπωλησία ή ενοικιάσεις εξοπλισμού, ακινήτων κ.ά.

2β. Οι αξίες της chocoIone

Απόλυτη αξιοπιστία και υψηλή ποιότητα είναι οι σημαντικότερες αξίες της chocoIone σε όλη την έκταση των δραστηριοτήτων της, οι οποίες επικεντρώνονται στα εξής:

-  Στην άριστη ποιότητα των προϊόντων που παράγει και διανέμει στην κατανάλωση
-  Στην ανθρώπινη σχέση που διαμορφώνει με τους συντελεστές της αγοράς
-  Στην αγάπη και στην φροντίδα με την οποία περιβάλλει τους εργαζόμενους της
-  Στην σχέση εμπιστοσύνης που καθημερινά «κτίζει» με τους προμηθευτές της

Κυρίαρχος σκοπός της επιχείρησης παραμένει η παραγωγή και εμπορία προϊόντων απόλαυσης με τις κορυφαίες προδιαγραφές ποιότητας, ώστε οι καταναλωτές να συνεχίσουν να συνδέουν την λέξη σοκολάτα με το όνομα «chocoIone»

2γ. Το όραμα μας

Έργαζομαστε κάθε μέρα για να δημιουργήσουμε ένα καλύτερο μέλλον. Βοηθάμε τους ανθρώπους να αισθάνονται καλά, να έχουν καλή εμφάνιση και να απολαμβάνουν όλο και περισσότερο τη ζωή τους με προϊόντα και υπηρεσίες οι οποίες είναι καλές για τους ίδιους και τους αγαπημένους τους. Θα εμπνέουμε τους ανθρώπους να κάνουν κάθε μέρα μικρές πράξεις οι οποίες όλες μαζί μπορούν να κάνουν τον κόσμο μας καλύτερο. Θα αναπτύσσουμε νέους τρόπους προσέγγισης της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας, που θα μας επιτρέψουν να διπλασιάσουμε το μέγεθος της εταιρίας και ταυτόχρονα να μειώσουμε τις επιπτώσεις - από τις δραστηριότητές της - στο περιβάλλον".

Το νέο όραμα αντικατοπτρίζει τη φιλοδοξία και το στόχο για μακροπρόθεσμη πορεία της εταιρίας και διέπεται από διαχρονικές αξίες για βιώσιμη ανάπτυξη της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Είναι σχεδιασμένο για να δώσει απαντήσεις στις προκλήσεις του 21ου αιώνα.

«Ένα ταξίδι 1000 χιλιομέτρων αρχίζει με ένα απλό βήμα. Ας αναλογιστούμε τη δυνατότητα να κάνουμε τον κόσμο γύρω μας καλύτερο, με κάποιες μικρές, καθημερινές πράξεις στα προϊόντα μας ή στο τρόπο που λειτουργούμε. Η τελική διαφορά στη ζωή όλων μας μπορεί να είναι πολύ μεγάλη».

Νικόλαος Ασημίδης
Γενικός Διευθυντής chocolate

2δ. Χρονολογίες – σταθμοί στη νεότερη ιστορία της σοκολάτας

1780 : Για πρώτη φορά γίνεται προσπάθεια βιομηχανοποιημένης παραγωγής σοκολάτας με ατμομηχανές.

1815 : Ο Ολλανδός Conrad Van Houten με μια μικρή ομάδα παραγωγών σοκολάτας καταφέρνει να διαχωρίσει το κακάο στα συστατικά του, απομονώνοντας το βούτυρο του κακάο.

1819 : Ο Francois-Louis Caillet εγκαθιστά κοντά στο Vevey της Ελβετίας το πρώτο εργοστάσιο σοκολάτας.

1875 : Ο Henri Nestlé και ο Daniel Peter επέτυχαν να αντικαταστήσουν το νερό που χρησιμοποιούνταν μέχρι τότε για την πρόσμιξη της σοκολάτας με γάλα και έτσι γεννήθηκε η σοκολάτα γάλακτος.

1923 : Ο Frank Mars λανσάρει για πρώτη φορά στο Σικάγο των ΗΠΑ τη σοκολάτα σε μορφή bar.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

**Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr**



Η ..αιώνια αγαπημένη σας

www.chocolove.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ



3α.Στόχοι του τμήματος







Ο Διευθυντής Προσωπικού μεριμνά για την πρόσληψη του κατάλληλου για κάθε ειδικότητα προσωπικού, για την εκπαίδευσή του, για την ομαλή και έγκαιρη προσέλευση και αποχώρηση των εργαζομένων και φροντίζει τα θέματα μισθοδοσίας. Παρακολουθεί και ενημερώνεται συνεχώς για τις Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας και όλα τα εργασιακά θέματα. Ακόμα, διεξάγει τις διαπραγματεύσεις με τα Σωματεία των εργαζομένων. Γενικά έχει την ευθύνη της σωστής και χρηστής διοίκησης του προσωπικού. Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι το προσωπικό μιας εταιρείας –ατομικά και στο σύνολό του- αποτελεί έναν πολύ σημαντικό μοχλό κίνησης και ανάπτυξης της εταιρείας και μαζί με το όνομα της εταιρείας είναι ο καθρέπτης αυτής προς το καταναλωτικό κοινό.

3β. Το ανθρώπινο δυναμικό μας.

Στην εταιρεία **Chocolove A.E.** απασχολούνται πάνω από 300 άτομα. Η εταιρεία φροντίζει το ανθρώπινο δυναμικό της να είναι άρτια καταρτισμένο, γι' αυτό και υποστηρίζει την εκπαίδευσή τους είτε με ειδικευμένα σεμινάρια είτε με μεταπτυχιακές σπουδές.

Όλοι οι άνθρωποι της **Chocolove A.E.** ταυτίζουν τη φιλοσοφία της εταιρείας με τους προσωπικούς τους εργασιακούς στόχους και η δουλειά τους χαρακτηρίζει το μεράκι και η αγάπη. Η εταιρεία προωθεί την ομαδικότητα και την καλή συνεργασία δίνοντας κοινούς στόχους στην ανάπτυξη, την παραγωγή και την προώθηση προϊόντων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα όλα τα τμήματα της εταιρείας (Έρευνας και Ανάπτυξης, Ποιοτικός Έλεγχος, Marketing, Παραγωγή, Προμήθειες, Διακίνηση, Πωλήσεις, Εξαγωγές, Οικονομικές υπηρεσίες, Ιατρική Ενημέρωση) να είναι καθημερινά σε στενή συνεργασία και να συμπορεύονται προς τη βελτίωση των υπηρεσιών, την προώθηση των προϊόντων και την ανάπτυξη, ώστε να ανταποκρίνονται στις συνεχώς αυξανόμενες και εξελισσόμενες ανάγκες των καταναλωτών.

Ο άνθρωπος θεωρείται ως το πιο σημαντικό ατού της εταιρείας, γι' αυτό και η επένδυση στους ανθρώπινους πόρους αποτελεί σημαντική και καθημερινή μέριμνά της. Οι άνθρωποί της αποτελούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά της, μιας και έχουν παίξει τον πιο σημαντικό ρόλο στη μακροχρόνια επιτυχία της εταιρείας. Η **Chocolove A.E.**, αναγνωρίζοντας αυτό το πλεονέκτημα, προσπαθεί και διασφαλίζει ένα καλό εργασιακό περιβάλλον, την ποιότητα στην εργασία ενώ επιβραβεύει τους ανθρώπους της με τις εξής παροχές:

-  Ετήσιο πριμ παραγωγικότητας
-  Ετήσια επιβράβευση καλύτερων εργαζομένων
-  Τράπεζα αίματος
-  Ομαδική ασφάλιση
-  Έξτρα παροχές για τα παιδιά που γεννιούνται και τις νέες μητέρες
-  Γιορτή και δώρα για τα παιδιά των εργαζομένων την περίοδο των γιορτών

3γ. Αγγελία πρόσληψης στελέχους της επιχείρησης.

Η **Chocolove A.E.** η μεγαλύτερη εταιρία προϊόντων σοκολατοποιίας στην Ελλάδα και με μεγάλη εξαγωγική δραστηριότητα, επιθυμεί να καλύψει την παρακάτω θέση:

**Μηχανικός R&D (διευθυντής έρευνας και ανάπτυξης)
για το εργοστάσιο της στην Άρτα**

Περιγραφή θέσης:



Μελέτη και σχεδιασμός νέων προϊόντων



Συνεργασία με φορείς πιστοποιήσεων - Δημιουργία σχεδίων, αιτήσεων και περιγραφών δοκιμών για τα προς πιστοποίηση προϊόντα

Προσόντα:



Πτυχίο Μηχανολόγου Μηχανικού



Επιθυμητή εμπειρία στον κλάδο



Πολύ καλή γνώση AutoCAD



Άριστη γνώση Γερμανικών και επιθυμητή γνώση Αγγλικών



Πολύ καλές οργανωτικές και επικοινωνιακές ικανότητες



Δυνατότητα ταξιδιών

Η εταιρία προσφέρει:



Σταθερές Αποδοχές σύμφωνα με τη βαρύτητα της θέσης και την αξιολόγηση επιλογής



Μεταβλητές Αποδοχές σύμφωνα με το Σύστημα Διοίκησης Απόδοσης



Συνεχή υποστήριξη και εκπαίδευση



Μεγάλες προοπτικές εξέλιξης



Άριστο περιβάλλον εργασίας



Μετακίνηση από και προς το χώρο εργασίας με εταιρικό λεωφορείο

3δ. Διαδικασίες πρόσληψης προσωπικού

Σε... εξονυχιστικό έλεγχο των γνώσεων και της προσωπικότητας των υποψηφίων μελλοντικών συνεργατών τους προχωρά η **Chocolove A.E.**, καθώς, ειδικά κατά τη δεδομένη οικονομική συγκυρία, επιβάλλεται η εξεύρεση εργαζομένων καταρτισμένων και «προικισμένων», με μια πλειάδα ικανοτήτων και ευρύτερη παιδεία. Δεν εστιάζουμε πλέον αποκλειστικά στο μορφωτικό επίπεδο των υποψηφίων, αλλά αναζητάμε στελέχη τα οποία να πληρούν μία σειρά από ποιοτικά χαρακτηριστικά, τα οποία θα ταιριάζουν στη φιλοσοφία και το προφίλ της επιχείρησής μας.

Όσο για τους τρόπους επιλογής των κατάλληλων προσώπων, στην εταιρεία μας έχουμε αναπτύξει και χρησιμοποιούμε μεθόδους οι οποίες αξιολογούν το σύνολο σχεδόν της προσωπικότητας του υποψηφίου, οι οποίες εκτείνονται από την εξέταση των τυπικών προσόντων των υποψηφίων έως και των έμφυτων χαρακτηριστικών και ταλέντων τους.

Σε γενικές γραμμές δεν γίνεται πρόσληψη χωρίς συνέντευξη. Η συνέντευξη συμπεριλαμβάνεται πάντοτε στη διαδικασία επιλογής προσωπικού και, μάλιστα, αποτελεί το κυριότερο μέρος της. Πολλές φορές, πριν φτάσουμε στη συνέντευξη, ζητάμε από τους νέους υποψηφίους να περάσουν από ψυχομετρικά τεστ, ώστε να γίνει μία πρώτη επιλογή ατόμων με βάση τα αποτελέσματα.

Στη συνέχεια, περνάμε στη συνέντευξη, με την οποία προσπαθούμε να εκμαιεύσουμε στοιχεία από τον υποψήφιο σχετικά με την προσωπικότητα, τις δεξιότητες και την εμπειρία του. Ο στόχος, με άλλα λόγια, είναι να δούμε εάν ο συγκεκριμένος υποψήφιος ταιριάζει στις απαιτήσεις της θέσης. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η αξιολόγηση γίνεται από στέλεχος του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού και ενίοτε από τον διευθυντή του τμήματος της συγκεκριμένης θέσης που πρόκειται να καλυφθεί.

Για την Chocolone A.E. εκτός από το μορφωτικό επίπεδο και τη γενική παιδεία που διαθέτει ο υποψήφιος, στοιχεία-κλειδιά για την πρόσληψη αποτελούν τα εξής:

- 👉 Η ακεραιότητα
- 👉 Το ήθος
- 👉 Η ομαδικότητα και
- 👉 Ο επαγγελματισμός

«Βασικές είναι, επίσης, και δεξιότητες όπως η επικοινωνία, η αναλυτική σκέψη, η οργανωτικότητα», ωστόσο οι επιλογές πάντοτε σχετίζονται και με τις ανάγκες της συγκεκριμένης θέσης που επιθυμούμε να καλύψουμε.

3ε. Τρόποι απόλυσης εργαζομένων – Νομοθεσία

Εάν πρόκειται για **υπάλληλο**, ο εργοδότης έχει τη δυνατότητα να προβεί σε απόλυση με δύο τρόπους, είτε με προειδοποίηση, είτε με έκτακτη καταγγελία σύμβασης εργασίας (δηλαδή χωρίς προειδοποίηση). Η επιλογή του ενός ή του άλλου τρόπου ανήκει στη βούληση του εργοδότη. Ενώ αντίθετα αν πρόκειται για **εργατοτεχνίτη**, οφείλεται ολόκληρη η αποζημίωση είτε απολυθεί με προμήνυση είτε όχι.

Απόλυση χωρίς προειδοποίηση : Όπως αναφέρεται παραπάνω, εάν η καταγγελία της σύμβασης εργασίας γίνει χωρίς προειδοποίηση, ο εργοδότης υποχρεούται να καταβάλλει ολόκληρη την αποζημίωση που οφείλεται όπως καθορίζει ο Ν.2112/1920.

Απόλυση με προειδοποίηση : Εάν η καταγγελία σύμβασης γίνει ύστερα από προειδοποίηση, ο εργοδότης υποχρεούται :α) να γνωρίσει με έγγραφο στο μισθωτό ότι, η υπάρχουσα σύμβαση εργασίας θα λυθεί μετά την πάροδο του χρόνου προειδοποίησης. Κρίνεται σκόπιμο και στην πράξη εφαρμόζεται η ημερομηνία της απόλυσης, δηλαδή η λήξη του χρόνου προειδοποίησης, να καθορίζεται επακριβώς, π.χ. 18 Οκτωβρίου 2006. Στην περίπτωση αυτή ο εργοδότης έχει υποχρέωση κατά την ημέρα που ορίστηκε ως λύση της σύμβασης εργασίας (ημέρα απόλυσης), να καταβάλει το μισό (1/2) μόνο της νόμιμης αποζημίωσης.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



www.chocolove.gr






Η ..αιώνια αγαπημένη σας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ



4α .Στόχοι του τμήματος












Ο Οικονομικός Διευθυντής έχει την ευθύνη: του συντονισμού των οικονομικών λειτουργιών της εταιρείας. Πιο συγκεκριμένα :

-  Συντάσσει τον ετήσιο προϋπολογισμό και παρακολουθεί την εξέλιξη των αποτελεσμάτων μέσω των μηνιαίων απολογιστικών καταστάσεων. Σε συμφωνία με τον Γενικό Διευθυντή ,επεμβαίνει διορθωτικά εάν αυτό είναι αναγκαίο, όταν υπάρχουν αποκλίσεις από τον αρχικό προϋπολογισμό.
-  Στο τέλος του έτους συντάσσει τον ισολογισμό και φροντίζει για τη δημοσίευσή του.
-  Παρακολουθεί ακόμα το ρυθμό των εισπράξεων και των πληρωμών της εταιρείας,
-  Διατηρεί επαφές με τις Τράπεζες όπου απευθύνεται σε περίπτωση ανάγκης δανεισμού και φροντίζει να υπάρχει πάντα διαθέσιμο ταμείο για την αντιμετώπιση των οικονομικών υποχρεώσεων της εταιρείας.
-  Ενημερώνεται για θέματα φορολογικής νομοθεσίας, θέματα αναπτυξιακών και επενδυτικών ευκαιριών και εισηγείται ανάλογα στον Διευθύνοντα Σύμβουλο.

Στον Οικονομικό Διευθυντή αναφέρονται η υποδιεύθυνση Λογιστηρίου που ασχολείται με τα λογιστικά συστήματα και τη σύνταξη του κοστολογίου και η υποδιεύθυνση Πληροφορικής που υποστηρίζει με τα συστήματα πληροφόρησης την ομαλή εξέλιξη των οικονομικών λειτουργιών της εταιρείας.

4β. Οικονομικοί κυρίαρχοι στόχοι για το 2013

Οι οικονομικές καταστάσεις όπως οι ισολογισμοί , καταστάσεις εσόδων , εξόδων και ταμειακών διαθεσίμων, αποτελούν σημαντικά εργαλεία για την υλοποίηση του κατάλληλου επιχειρηματικού σχεδίου. Κυρίαρχοι λοιπόν στόχοι για το 2013 αποτελούν :

-  Τιμολόγηση των προϊόντων με βάση την αγορά και τη τιμολόγηση των ανταγωνιστών .
-  Τιμολογιακή πολιτική διείσδυσης , δηλαδή προσφορά χαμηλών τιμών σε σχέση με τους ανταγωνιστές , για τη δημιουργία μεγαλύτερου τζίρου πωλήσεων.
-  Εκμετάλλευση οποιασδήποτε ευκαιρίας –δυνατότητας(opportunities) , η οποία μπορεί νέες δυνατότητες-ευκαιρίες κέρδους και ανάπτυξης.
-  Εύρεση πρόσθετων μελλοντικών χρηματοδοτήσεων για τη καλή λειτουργία και επέκταση της επιχείρησης .
-  Πλήρης απασχόληση του εργατικού δυναμικού .
-  Κλίμα οικονομικής ασφάλειας και εμπιστοσύνης μεταξύ των επενδυτών , των εργαζομένων και των πελατών της επιχείρησης .
-  Προστασία του περιβάλλοντος και χρησιμοποίηση ανακυκλώσιμων πηγών ενέργειας .
-  Ακριβοδίκαιη κατανομή της χρηματοδότησης των τμημάτων της επιχείρησης.
-  Σύνταξη ισολογισμού με στόχο το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος για την εταιρία και τους μετόχους.
-  Ύπαρξη ρευστότητας(του μεγαλύτερου μέρους των κερδών σε μετρητά), για τον καλύτερο ελιγμό της εταιρίας στην αγορά.
-  Ύπαρξη σχεδίου έκτακτης ανάγκης (Ontigency plan).Σε περίπτωση αποτυχίας της επιχείρησης , ύπαρξη μέτρων για τον περιορισμό του προβλήματος.

Η εξισορρόπηση των μακροπρόθεσμων και βραχυπρόθεσμων στόχων παίζει σημαντικό ρόλο στην κερδοφορία .Το κέρδος μας επιτρέπει να επανεπενδύουμε σε νέες αναδυόμενες επιχειρηματικές ευκαιρίες .Έχει άμεση σχέση με την ύπαρξη ρευστότητας , η οποία επιτρέπει στην επιχείρηση να είναι πιο ευέλικτη με το μικρότερο κόστος. Επίσης επιτρέπει την επίτευξη των εταιρικών στόχων. Το κέρδος είναι ευθύνη όλων μας.

4γ. Το καταστατικό της επιχείρησης.

ΑΡΙΘΜΟΣ 18544

ΣΥΣΤΑΣΗ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΥΡΩ 600.000,000 δρχ.

Στο Ρέντη σήμερα στις τριάντα μία (31) του μήνα Οκτωβρίου του έτους δύο χιλιάδες δεκατρία[2000] ημέρα της εβδομάδας Δευτέρα στα γραφεία του Ασημίδη Νικόλαου, που βρίσκονται στην Κηφισιά επί της οδού Μαρίνου -Αντύπα αριθμός 14, όπου με κάλεσαν και ήλθα προς σύνταξη και υπογραφή του παρόντος εμφανίστηκαν σε εμένα τη Συμβολαιογράφο Αθηνών **ΕΥΦΡΟΣΥΝΗ ΓΕΡΑΣΙΜΟΥ ΠΟΥΛΟΥ ΣΥΖΥΓΟ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΒΟΡΩΝΑΙΟΥ** με έδρα την Αθήνα, μέλος της Εταιρείας Συμβολαιογράφων με την επωνυμία «ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΓΡΑΦΩΝ ΖΑΦΕΙΡΑ ΠΟΥΛΟΥ - ΑΝΔΡΕΟΥ ΚΑΙ ΕΥΦΡΟΣΥΝΗ ΠΟΥΛΟΥ ΒΟΡΩΝΑΙΟΥ», τα γραφεία της οποίας βρίσκονται στον δεύτερο (Β') όροφο, της επί της οδού Ακαδημίας αριθμός 61 πολυκατοικίας, οι μη εξαιρούμενοι από το Νόμο:

1.) ΑΣΗΜΙΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ επιχειρηματίας, που γεννήθηκε στην Αθήνα το έτος 1999, κάτοικος Α.Ι.Ρέντη Αττικής. Οδός Μαρίνου Αντύπα αριθμός 14, Ρέντης, κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΑΕ 3456680/23.10.12 του ΤΑ. Κηφισιάς, με ΑΦΜ 015552793 Δ Ο Υ Νίκαιας.

2.) ΓΙΑΝΙΤΣΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ επιχειρηματίας, που γεννήθηκε στην Αθήνα το έτος 1999 κάτοικος Ρέντη Αττικής οδός οδός Μαρίνου Αντύπα αριθμός 14, Κηφισιά, κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΚΟ74565/22.05.2012 του Α.Τ.Νίκαιας, με ΑΦΜ 049444847 της Δ Ο Υ Νίκαιας και

3.)ΒΛΑΧΟΥ ΕΥΑΝΘΙΑ επιχειρηματίας, που γεννήθηκε στην Αθήνα το έτος 1999, οδός Μαρίνου Αντύπα αριθμός 14,Καμίνια , κάτοχος δελτίου ταυτότητας με αριθμό ΖΡ644315/30.03.2012 του Α.Τ. Καμινίων, με ΑΦΜ 065944407 Δ Ο Υ Α Πειραιά .Οι άνω εμφανισθέντες ζήτησαν την σύνταξη του παρόντος συμβολαίου με το οποίο δήλωσαν, συνομολόγησαν και συναποδέχτηκαν τα εξής:

Αποφασίζουν ομόφωνα την σύσταση Ανώνυμης Εταιρίας η οποία θα διέπεται από τις διατάξεις του Κωδικοποιημένου Νόμου 2190/1920, όπως τροποποιήθηκε κυρίως από το Π.Δ. 409/1986, Π.Δ. 498/1987 και τον Ν. 2339/95, το Ν. 3604/2007 και την λοιπή ισχύουσα Νομοθεσία.- Το καταστατικό της συνισταμένης Ανώνυμης Εταιρίας όπως συμφωνήθηκε και διατυπώθηκε σε όλο το περιεχόμενό του από τους παραπάνω συμβαλλομένους έχει ως ακολούθως:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄

ΕΠΩΝΥΜΙΑ- ΣΚΟΠΟΣ-ΔΙΑΡΚΕΙΑ-ΕΔΡΑ

ΑΡΘΡΟ 1

ΣΥΣΤΑΣΗ - ΕΠΩΝΥΜΙΑ

Συνίσταται ανώνυμη εταιρία με την επωνυμία CHOCOLOVE.A.E. Εμπόριο σοκολάτας και προϊόντων σοκολατοποιίας

ΑΡΘΡΟ 2

ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός της Εταιρίας είναι:

α) Η παραγωγή, διακίνηση και εμπόριο προϊόντων σοκολάτας [πλάκες, γεμιστές, γκοφρέτες, σοκολατίνα κ.α.). Η σχολαστική τήρηση των προδιαγραφών της εταιρίας, η συνέπεια και η εργατικότητα μας να μας εξασφαλίσει την υψηλότερη θέση στο εμπόριο σοκολάτας.

β) Η εταιρία μας να επιτύχει τις υψηλότερες δυνατές πωλήσεις στο χώρο της σοκολατοβιομηχανίας με στόχο τη διατήρηση της εταιρίας στο χώρο και την επέκτασή της στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

γ) Η υψηλή ποιότητα των προϊόντων μας να μας κατατάξει στις κορυφαίες θέσεις του κλάδου , στην προτίμηση των καταναλωτών και να συνδέουν το όνομα της επιχείρησης μας με τη γεύση.

ΑΡΘΡΟ 3

ΕΔΡΑ

1. Ως έδρα της Εταιρίας ορίζεται ο Δήμος Νίκαιας-Ρέντη. Με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων είναι δυνατόν να μεταφέρεται η έδρα, σύμφωνα με τις προβλέψεις του κ.ν. 2190/1920.

2. Το Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρίας δύναται να αποφασίζει την ίδρυση υποκαταστημάτων, πρακτορείων, γραφείων εμπορίας ή άλλου είδους

γραφείων στην Ελλάδα ή το εξωτερικό. Οι όροι της λειτουργίας, διαχείρισης και διοίκησης των ανωτέρω θα καθορίζονται λεπτομερώς στη σχετική απόφαση.

ΑΡΘΡΟ 4 ΔΙΑΡΚΕΙΑ

Η διάρκεια της Εταιρίας ορίζεται σε πενήντα (50) έτη και αρχίζει από την ημερομηνία έγκρισης της σύστασης της Εταιρίας από την αρμόδια δημόσια αρχή εποπτεύουσα αρχή και καταχώρισής της στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιριών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β

ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΜΕΤΟΧΕΣ

ΑΡΘΡΟ 5

ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1. Το μετοχικό κεφάλαιο της Εταιρίας ανέρχεται σε εξήντα χιλιάδες (600.000.000δρχ.) Ευρώ και διαιρείται σε είκοσι χιλιάδες (20.000.000) κοινές μετοχές ονομαστικής αξίας τρία (30) δρχ. έκαστη.

ΑΡΘΡΟ 8

ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗΣ

1. Η Γενική Συνέλευση των μετόχων δικαιούται να αποφασίζει για κάθε θέμα που της υποβάλλεται. Οι νόμιμες αποφάσεις της δεσμεύουν όλους τους μετόχους, ανεξάρτητα αν απουσίαζαν κατά τη λήψη ή διαφώνησαν.

2. Η Γενική Συνέλευση έχει αποκλειστική αρμοδιότητα σύμφωνα με το άρθρο 34 του κ.ν. 2190/1920 να αποφασίζει για τα ακόλουθα θέματα:

(α) Τροποποίηση του καταστατικού, συμπεριλαμβανομένων αυξήσεων και μειώσεων κεφαλαίου,

(β) Εκλογή Διοικητικού Συμβουλίου και Ελεγκτών,

(γ) Έγκριση του Ισολογισμού της Εταιρίας,

(δ) Διάθεση των ετήσιων κερδών,

(ε) Συγχώνευση, διάσπαση, μετατροπή, αναβίωση, λύση της Εταιρίας ή παράταση της διάρκειάς της,

(στ) Διορισμό εκκαθαριστών,

ΑΡΘΡΟ 9

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗ ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ – ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΨΗΦΟΥ - ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ

1. Κάθε μέτοχος δύναται να συμμετάσχει στη Γενική Συνέλευση, είτε αυτοπροσώπως είτε με αντιπρόσωπο, εφόσον είναι κύριος μίας (1) τουλάχιστον μετοχής.

2. Η κυριότητα μίας (1) μετοχής δίνει δικαίωμα μίας ψήφου. Οι ψήφοι αυξάνονται πάντοτε κατά το λόγο μίας ψήφου προς μία μετοχή.

ΑΡΘΡΟ 10

ΣΥΓΚΛΗΣΗ ΓΕΝΙΚΗΣ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗΣ, ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΔΙΑΤΑΞΗ

1. Αρμόδιο για σύγκληση Γενικής Συνέλευσης, τακτικής ή έκτακτης, είναι το Διοικητικό Συμβούλιο. Τακτική Γενική Συνέλευση συγκαλείται τουλάχιστον μία φορά το χρόνο εντός εξαμήνου από τη λήξη κάθε εταιρικής χρήσης. Το Διοικητικό Συμβούλιο δύναται να συγκαλεί Γενική Συνέλευση όποτε το κρίνει απαραίτητο. Η Γενική Συνέλευση αποφασίζει έγκυρα, με επιφύλαξη των οριζόμενων στην παράγραφο 6 του παρόντος άρθρου, μόνο επί των θεμάτων που ρητά περιλαμβάνονται στην ημερήσια διάταξη.

2. Η Γενική Συνέλευση δύναται να συνέρχεται στην έδρα της Εταιρίας ή σε άλλο τόπο κείμενο στην Ελλάδα ή στην αλλοδαπή, υπό την προϋπόθεση ότι είναι δυνατή η εξ αποστάσεως συμμετοχή. Η πρόσκληση των μετόχων στη Γενική Συνέλευση περιλαμβάνει τη χρονολογία, την ημέρα, την ώρα, τον τόπο και το οίκημα της συνεδρίασης, τα θέματα της ημερήσιας διάταξης, διατυπωμένα με σαφήνεια, τους μετόχους που έχουν δικαίωμα συμμετοχής, καθώς και ακριβείς οδηγίες για τον τρόπο με τον οποίο οι μέτοχοι θα μπορέσουν να μετάσχουν στη Συνέλευση και να ασκήσουν αυτοπροσώπως τα δικαιώματά τους ή δι' αντιπροσώπου ή, ενδεχομένως, και εξ αποστάσεως. Με την πρόσκληση της Γενικής Συνέλευσης θα πρέπει να ορίζεται και ο τόπος και χρόνος των εκ του νόμου προβλεπόμενων επαναληπτικών συνεδριάσεων, για την περίπτωση μη επίτευξης απαρτίας. Η χρονική διάρκεια που παρεμβάλλεται μεταξύ των με την αρχική πρόσκληση οριζόμενων εκ του νόμου επαναληπτικών συνεδριάσεων δεν δύναται να υπερβαίνει τις 20 ημερολογιακές μέρες, ούτε να είναι μικρότερη των 10 ημερών από την καθ' έαστη ματαιωθείσα συνεδρίαση.

3. Τη σύγκληση έκτακτης Συνελεύσεως μπορούν επίσης να προκαλέσουν και οι μέτοχοι που εκπροσωπούν το ένα εικοστό (1/20) τουλάχιστον του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 39 παρ. 1 κ.ν. 2190/1920.

4. Η πρόσκληση των μετόχων σε τακτική ή έκτακτη Γενική Συνέλευση τοιχοκολλάται σε εμφανή θέση του καταστήματος της Εταιρίας και είτε:

α. δημοσιεύεται πριν από είκοσι (20) τουλάχιστον πλήρεις ημέρες πριν από την ημέρα που έχει ορισθεί για τη συνεδρίαση σε μια ημερήσια πολιτική ή οικονομική εφημερίδα της Αθήνας, που πληροί τις προϋποθέσεις που ορίζονται από το άρθρο 2 του κ.ν. 2190/1920 εδάφιο β' και γ', ή

β. κοινοποιείται στους μετόχους είκοσι πέντε (25) τουλάχιστον πλήρεις ημέρες στη διεύθυνση που έχει καταχωρηθεί στο Βιβλίο Μετόχων σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρ. 6 παρ. 4 β', με Δικαστικό Επιμελητή και/ή συστημένη επιστολή ή courier και/ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 6 παρ. 4 δ' του παρόντος. Στην τελευταία αυτή περίπτωση, η Εταιρία μπορεί να ζητήσει απάντηση από τους μετόχους ότι έχουν παραλάβει την πρόσκληση, οι οποίοι και υποχρεούνται να απαντήσουν. Η επιλογή μεταξύ των ανωτέρω μέσων κοινοποίησης (υπό α' και β') ή /και η σωρευτική εφαρμογή τους έγκειται στην διακριτική ευχέρεια του Διοικητικού Συμβουλίου το οποίο οφείλει να προκρίνει ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες και προς το συμφέρον της Εταιρίας.

5. Σε περίπτωση αποστολής της πρόσκλησης σε λάθος διεύθυνση, λόγω εσφαλμένης καταχώρησης στο βιβλίο της παραγράφου 4 του άρθρου 6 του παρόντος Καταστατικού, γίνεται δεκτό ότι δεν έχει κοινοποιηθεί νομίμως η πρόσκληση στο μέτοχο. Αντίστοιχα, γίνεται δεκτό ότι δεν υπάρχει νόμιμη κοινοποίηση σε περίπτωση αποτυχίας παραλαβής πρόσκλησης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που οφείλεται σε οιοδήποτε είδους τεχνικό σφάλμα, εκτός της δυσλειτουργίας του συστήματος του ηλεκτρονικού υπολογιστή μετόχου.

6. Η Γενική Συνέλευση εγκύρως αποφασίζει επί των ζητημάτων της ημερησίας διάταξης, εφόσον στη συνεδρίαση παρίσταται ή εκπροσωπείται το σύνολο του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου και ουδείς εκ των μετόχων εκφράζει αντιρρήσεις επί της διεξαγωγής της συνεδρίασης, ακόμη και αν δεν έχουν τηρηθεί οι νόμιμες διατυπώσεις για σύγκληση Γενικής Συνέλευσης.

7. Δέκα ημέρες πριν από κάθε τακτική Γενική Συνέλευση, πρέπει να δίνονται από το Διοικητικό Συμβούλιο σε κάθε μέτοχο που το ζητά, οι ετήσιες οικονομικές καταστάσεις της χρήσεως που αφορά η Συνέλευση, μαζί με τις αντίστοιχες εκθέσεις του Διοικητικού Συμβουλίου και των ελεγκτών.

ΑΡΘΡΟ 17

ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ ΘΗΤΕΙΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

1. Η Εταιρία διοικείται από το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο εκλέγεται από τη Γενική Συνέλευση των μετόχων για πέντε (5) έτη, και αποτελείται από τρία (3) έως επτά (7) τακτικά μέλη. Ως μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου δύναται να ορίζονται μέτοχοι, τρίτοι ή και νομικά πρόσωπα. Στην τελευταία περίπτωση το νομικό πρόσωπο υποχρεούται να ορίσει ένα φυσικό πρόσωπο για την άσκηση των εξουσιών του ως μέλους του Διοικητικού Συμβουλίου.

2. Τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου που έληξε η θητεία τους, μπορούν να εκλεγούν και πάλι χωρίς κανένα περιορισμό και είναι ελεύθερα ανακλητοί.

3. Εάν κενωθούν για οποιοδήποτε λόγο θέσεις μελών του Διοικητικού Συμβουλίου, οι θέσεις αυτές θα πληρούνται από τα εκλεγέντα αναπληρωματικά μέλη. Σε περίπτωση που δεν είναι δυνατή η αναπλήρωση από τα ως άνω μέλη, τότε τα υπόλοιπα μέλη, εφόσον είναι τουλάχιστον τρία, εκλέγουν τον ή τους αντικαταστάτες τους για το υπόλοιπο της θητείας τους. Η απόφαση της εκλογής ανακοινώνεται από το Διοικητικό Συμβούλιο στην αμέσως προσεχή Γενική Συνέλευση, η οποία μπορεί να αντικαταστήσει τους εκλεγέντες, ακόμα και αν δεν έχει αναγραφεί σχετικό θέμα στην ημερήσια διάταξη. Πράξεις του Διοικητικού Συμβουλίου κατά την ανωτέρω σύνθεση με τη συμμετοχή αντικαταστάτη εκλεγέντος από τα εναπομείναντα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου είναι καθ' όλα έγκυρες και δεσμεύουν την εταιρία έναντι τρίτων. Τα εναπομείναντα μέλη, μπορούν εναλλακτικώς, να συνεχίσουν την διαχείριση και εκπροσώπηση της εταιρίας και χωρίς την αντικατάσταση των ελλειπόντων μελών υπό την προϋπόθεση ότι ο αριθμός αυτών υπερβαίνει το ήμισυ των μελών που είχαν αρχικώς ορισθεί. Σε κάθε περίπτωση, τα απομένοντα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, ανεξάρτητα από τον αριθμό τους, μπορούν να προβούν σε σύγκληση Γενικής Συνέλευσης με αποκλειστικό σκοπό την εκλογή νέου Διοικητικού Συμβουλίου.

4. Ο Σύμβουλος που εκλέγεται για να αναπληρώσει άλλον και εγκρίνεται από τη Γενική Συνέλευση, διατηρεί την ιδιότητά του για τον υπόλοιπο χρόνο της θητείας αυτού που αναπλήρωσε.

5. Πράξεις του Διοικητικού Συμβουλίου, ακόμη και αν είναι εκτός του εταιρικού σκοπού, δεσμεύουν την Εταιρία απέναντι στους τρίτους, εκτός αν αποδειχθεί ότι ο τρίτος γνώριζε την υπέρβαση του εταιρικού σκοπού ή όφειλε να τη γνωρίζει. Δεν συνιστά απόδειξη μόνη η τήρηση των διατυπώσεων δημοσιότητας ως προς το καταστατικό της εταιρίας ή τις τροποποιήσεις του. Περιορισμοί της εξουσίας του Διοικητικού Συμβουλίου από το καταστατικό ή από απόφαση της Γενικής Συνέλευσης δεν αντιπάσσονται στους καλόπιστους τρίτους, ακόμη και αν έχουν υποβληθεί στις διατυπώσεις δημοσιότητας.

ΑΡΘΡΟ 18

ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

1. Το Συμβούλιο εκλέγει από τα μέλη του και με απόλυτη πλειοψηφία των παρόντων και εκπροσωπούμενων μελών του τον Πρόεδρο. Σε περίπτωση απουσίας ή κωλύματος, ο Πρόεδρος αναπληρώνεται από άλλο μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου, που ορίζεται από τα λοιπά μέλη.
2. Οι αρχαιρεσίες του Συμβουλίου, προκειμένου να συγκροτηθεί σε σώμα, γίνονται στην πρώτη, μετά την εκλογή του από τη Γενική Συνέλευση, συνεδρίασή του.
3. Οι αξιωματούχοι του Διοικητικού Συμβουλίου μπορούν να εκλεγούν και πάλι χωρίς κανένα περιορισμό.

ΑΡΘΡΟ 19

ΣΥΓΚΛΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ - ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ – ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ- ΑΜΟΙΒΗ- ΠΡΑΚΤΙΚΑ

1. Το Διοικητικό Συμβούλιο συνεδριάζει μετά από πρόσκληση του Προέδρου ή του αναπληρωτή του, που αποστέλλεται εγγράφως ή/και δια μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) στο προσωπικό ηλεκτρονικό λογαριασμό εκάστου μέλους, το λιγότερο προ δύο (2) εργάσιμων ημερών, κάθε φορά που ο νόμος ή οι ανάγκες της εταιρείας το απαιτούν στην πόλη που έχει την έδρα της η Εταιρία. Στην πρόσκληση πρέπει να αναφέρονται με σαφήνεια και τα θέματα της ημερήσιας διάταξης, διαφορετικά η λήψη αποφάσεων επιτρέπεται μόνον εφόσον παρίστανται ή αντιπροσωπεύονται όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και κανείς δεν αντιλέγει στη λήψη αποφάσεων. Εξαιρετικά στην πρώτη συνεδρίαση μετά την εκλογή του, το Διοικητικό Συμβούλιο συνεδριάζει με πρόσκληση του αρχαιότερου των μελών. Το Διοικητικό Συμβούλιο μπορεί έγκυρα να συνεδριάζει εκτός των προαναφερόμενων τόπων στην ημεδαπή ή στην αλλοδαπή, εφόσον στη συνεδρίαση αυτή παρίστανται ή αντιπροσωπεύονται όλα τα μέλη του και κανένα δεν αντιλέγει στην πραγματοποίηση της συνεδρίασης και στη λήψη αποφάσεων. Κάθε σύμβουλος μπορεί με επιστολή του ή με τηλεγράφημα ή με ηλεκτρονικό μήνυμα (e-mail), που θα επικυρώνεται με επιστολή του, να διορίσει άλλο σύμβουλο σαν αντιπρόσωπό του σε συγκεκριμένη Συνέλευση, ποτέ όμως ο ίδιος σύμβουλος δεν μπορεί να αντιπροσωπεύει περισσότερους από ένα συμβούλους.

2. Το Διοικητικό Συμβούλιο δύναται να συνεδριάζει και με τηλεδιάσκεψη εφόσον κάθε Σύμβουλος που συμμετέχει δύναται:

(i) Να ακούει (ή εναλλακτικώς να επικοινωνεί σε πραγματικό χρόνο με) κάθε έναν σύμβουλο στον οποίο δίδεται ο λόγος κατά τη συνεδρίαση, και

(ii) Εφόσον το επιθυμεί, να απευθύνεται σε όλους τους συμμετέχοντες συμβούλους ταυτόχρονα (ή να επικοινωνεί με αυτούς σε πραγματικό χρόνο),

είτε άμεσα, μέσω τηλεδιάσκεψης είτε με οποιοδήποτε άλλο μέσο επικοινωνίας (είτε αυτό είναι ήδη σε χρήση κατά το χρόνο σύνταξης του παρόντος καταστατικού είτε όχι) ή με συνδυασμό των ως άνω μεθόδων.

3. Το Διοικητικό Συμβούλιο, βρίσκεται σε απαρτία και συνεδριάζει έγκυρα, όταν παρίστανται ή αντιπροσωπεύονται σε αυτό το ήμισυ πλέον ενός των συμβούλων, ο αριθμός των αυτοπροσώπως παρόντων όμως ουδέποτε μπορεί να είναι μικρότερος των τριών. Οι αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου στην περίπτωση αυτή λαμβάνονται μόνο με απόλυτη πλειοψηφία του συνόλου των ψήφων.

4. Στα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου μπορούν να χορηγούνται αμοιβές για υπηρεσίες που παρέχουν στην εταιρία με βάση ειδική σχέση μισθώσεως εργασίας ή εντολής, για την οποία απαιτείται έγκριση Γενικής Συνέλευσης.

5. Οι αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου πιστοποιούνται με πρακτικά, τα οποία καταχωρούνται σε ειδικό βιβλίο και υπογράφονται από τα παρόντα στη συνεδρίαση μέλη. Σ το βιβλίο αυτό καταχωρούνται και οι γνώμες των τυχόν διαφωνούντων μελών, με αίτησή τους. Αντίγραφα και αποσπάσματα των πρακτικών εκδίδονται και επικυρώνονται από τον Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου ή το νόμιμο αναπληρωτή του ή οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο, το οποίο έχει εξουσιοδοτηθεί γι' αυτό από το Διοικητικό Συμβούλιο.

6. Η κατάρτιση και υπογραφή πρακτικού από όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου ή τους αντιπροσώπους τους ισοδυναμεί με απόφαση του διοικητικού συμβουλίου, ακόμη κι αν δεν έχει προηγηθεί συνεδρίαση.

ΑΡΘΡΟ 23

ΛΟΓΟΙ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

1. Η εταιρία λύεται:

α) Με τη λήξη της διάρκειάς της, σύμφωνα με το άρθρο 2, του παρόντος, εκτός αν η Γενική Συνέλευση, πριν την προβλεπόμενη λήξη της, αποφασίσει την παράτασή της με αυξημένη απαρτία και πλειοψηφία.

β) Πριν από τη λήξη της διάρκειάς της, με απόφαση Γενικής Συνελεύσεως που λαμβάνεται με αυξημένη απαρτία και πλειοψηφία.

γ) Αν κηρυχθεί η εταιρία σε κατάσταση πτωχεύσεως.

δ) Με δικαστική απόφαση, σύμφωνα με τα άρθρα 48 και 48α του κ.ν. 2190/1920 όπως τροποποιημένος ισχύει.

2. Σε περίπτωση που το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων της εταιρίας, όπως ορίζεται στο αρθρ. 42γ κ.ν. 2190/1920, μειωθεί σε λιγότερο από το μισό του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου, το Διοικητικό Συμβούλιο υποχρεούται να συγκαλέσει Γενική Συνέλευση μέσα σε έξι (6) μήνες από τη λήξη της χρήσης για να αποφασίσει αν θα διαλυθεί η εταιρία ή θα υιοθετηθεί άλλο μέτρο.

3. Η συγκέντρωση όλων των μετοχών σε ένα πρόσωπο δεν αποτελεί λόγο λύσεως της εταιρίας.

4δ. Προϋπολογισμός πωλήσεων 2ου τριμήνου 2013

chocolone ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2^{ΟΥ} ΤΡΙΜΗΝΟΥ (για προϊόντα σοκολάτας)			
ΜΗΝΑΣ/ ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΠΡΟΪΟΝ	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος
Γάλακτος	12.000.000 €	10.000.000 €	8.000.000 €
Με αμύγδαλα	10.000.000 €	8.500.000 €	7.000.000 €
Με καρύδα	9.500.000 €	8.000.000 €	6.600.000 €

4ε. Τιμοκατάλογος προϊόντων

chocolone ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (για προϊόντα σοκολάτας)			
Συσκευασία	Τμχ. ανά κιβώτιο	Τιμή χρέωσης τμχ. (χωρίς Φ.Π.Α.)	Τιμή χρέωσης κιβωτίου (χωρίς Φ.Π.Α.)
Γάλακτος			
30gr	24	0,46 €	11 €
45gr	10	0,80 €	8 €
70gr	10	1,30 €	13 €
100gr	10	1,48 €	14,80 €
200gr	10	2,28 €	22,80 €
300gr	10	3,58 €	35,80 €
Αμυγδάλου			
30gr	24	0,46 €	11 €
45gr	10	0,80 €	8 €
70gr	10	1,30 €	13 €
100gr	10	1,48 €	14,80 €
200gr	10	2,28 €	22,80 €
300gr	10	3,58 €	35,80 €
Καρύδας			
70gr	10	1,30 €	13 €
100gr	10	1,48 €	14,80 €
Λευκή			
45gr	10	0,80 €	8 €
85gr	10	1,40 €	14 €
100gr	10	1,48 €	14,80 €

4στ.. Οικονομικά αποτελέσματα 2012

Ίδια κεφάλαια :	41.151.176,01 €
Σύνολο υποχρεώσεων :	69.181.866,83 €
Καθαρά πάγια :	28.030.690,82 €
Σύνολο ενεργητικού :	110.333.042,84 €
Κύκλος εργασιών:	95.234,541,39 €
Καθαρά κέρδη :	1.123.679,64€

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



Η ..αιώνια αγαπημένη σας

www.chocolove.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ










5α. Η ζήτηση για σοκολάτα και προϊόντα σοκολατοποιίας

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία και έρευνες περασμένων ετών, η ζήτηση της σοκολάτας και προϊόντων σοκολατοποιίας από τους καταναλωτές, εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Αρχικά για την ώθηση του καταναλωτή για αγορά νέων προϊόντων χρειάζεται η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ. Φυσικά η διαφήμιση θα πρέπει να είναι έξυπνη και να έχει ένα σλόγκαν που να προσελκύει τους τηλεθεατές ή ακροατές και να μένει στο μυαλό των υποψηφίων πελατών. Επίσης η ζήτηση εξαρτάται και από το πόσο συχνά προβάλλεται μία διαφήμιση. Επίσης σε περιόδους εορτών και κυρίως την χειμερινή περίοδο, υπάρχει περισσότερη κατανάλωση σε είδη ζαχαροπλαστικής και σοκολατοποιίας. Σε περιπτώσεις χαμηλών θερμοκρασιών η διάθεση για γλυκίσματα ανεβαίνει κατακόρυφα, ενώ τα Χριστούγεννα και το Πάσχα πολλά έθιμα συντελούν στην αυξημένη ζήτηση τους.

Εκτός από τους παραπάνω παράγοντες η ποιότητα, η γεύση, το περιτύλιγμα αλλά και οι προσφορές στα είδη σοκολατοποιίας αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την αύξηση της ζήτησης. Τέλος οι εταιρείες του κλάδου με διάφορα τεχνάσματα και τεχνικές που χρησιμοποιούν προσπαθούν να υπερισχύσει το προϊόν τους έναντι των αντίστοιχων που προτείνονται από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις. Κύριο διαφημιστικό μέσο αποτελεί η τηλεόραση, η οποία απορροφά την πλειοψηφία των συνολικών διαφημιστικών δαπανών των επιχειρήσεων του κλάδου.

5β. Στόχοι του τμήματος μάρκετινγκ

Ο Διευθυντής μάρκετινγκ έχει την ευθύνη της προώθησης των πωλήσεων τόσο στην εσωτερική αγορά όσο και στο εξωτερικό. Στο έργο του υποστηρίζεται από τους υποδιευθυντές Πωλήσεων Εσωτερικού και Εξωτερικού. Από τα σημαντικότερα καθήκοντά του είναι:

-  Συντάσσει τον ετήσιο προϋπολογισμό πωλήσεων κατά περιοχή και κατά προϊόν και παρακολουθεί την πιστή εξέλιξή του σε ημερήσια, εβδομαδιαία και μηνιαία βάση.
-  Συνεργάζεται στενά με τον Διευθυντή παραγωγής, τον οποίο εφοδιάζει έγκαιρα με το πρόγραμμα πωλήσεων, προκειμένου να προετοιμάσει το αντίστοιχο πρόγραμμα παραγωγής και τον ενημερώνει για τυχόν αλλαγές.
-  Διατηρεί καλές σχέσεις με τους πελάτες και επισκέπτεται συχνά την αγορά για την παρακολούθηση της πορείας πωλήσεων, τόσο των προϊόντων της εταιρείας όσο και του ανταγωνισμού.
-  Ακόμα διαμορφώνει την τιμολογιακή πολιτική της εταιρείας, δηλαδή καθορίζει τις τιμές πώλησης, τις εκπτώσεις, τις προσφορές, τις λοιπές προωθητικές ενέργειες και επεμβαίνει με διορθωτικές κινήσεις όταν οι συνθήκες της αγοράς το καταστήσουν αναγκαίο.
-  Επιλέγει, σε συνεργασία με τον υποδιευθυντή Πωλήσεων Εσωτερικού, τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για τη διαφημιστική υποστήριξη των πωλήσεων, όπως Τηλεόραση, Περιοδικά, Εφημερίδες, Αφίσες, Προσφορές δώρων κλπ.
-  Συνεργάζεται στενά με τις διαφημιστικές εταιρείες για την εκτέλεση του προγράμματος διαφημίσεων και προώθησης, τόσο των προϊόντων της εταιρείας όσον και της εικόνας αυτής γενικότερα. Ακόμα παρακολουθεί την εξέλιξη της αγοράς όσον αφορά στο ρυθμό πωλήσεων (ανοδικό ή καθοδικό) των προϊόντων και εισηγείται την αύξηση, μείωση ή ακόμα και τη διακοπή παραγωγής ορισμένων προϊόντων.
-  Διαβλέπει τις μελλοντικές ανάγκες του καταναλωτή και εισηγείται την παραγωγή νέων καινοτόμων προϊόντων. Υποστηρίζεται από μια ομάδα συνεργατών που ασχολούνται ειδικά με ένα ή με μία ομάδα προϊόντων.

5γ. Δημιουργία ερωτηματολογίου για την επιλογή νέου προϊόντος.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
(Για νέο προϊόν σοκολάτας)

Φύλο: Άνδρας Γυναίκα
Ηλικία: < 15 16-20 20-30 30-40 >40

Ποια από τις παρακάτω νέες γεύσεις θα προτιμούσατε σε μία νέα σοκολάτα (επιλέξτε 1 απάντηση) ;

Τιραμισού Γιαούρτι Καρύδα Espresso

1. Τι είδος σοκολάτας σας αρέσει περισσότερο(επιλέξτε 2 απαντήσεις) ;

Γάλακτος Υγείας Λευκή
Θα θέλατε να περιλαμβάνει και ξηρούς καρπούς ; ναι όχι

2. Ποια από τις παρακάτω συσκευασίες θα προτιμούσατε (επιλέξτε 2 απαντήσεις) ;

Μπάρα Πλάκα Κύβος Και τις 3

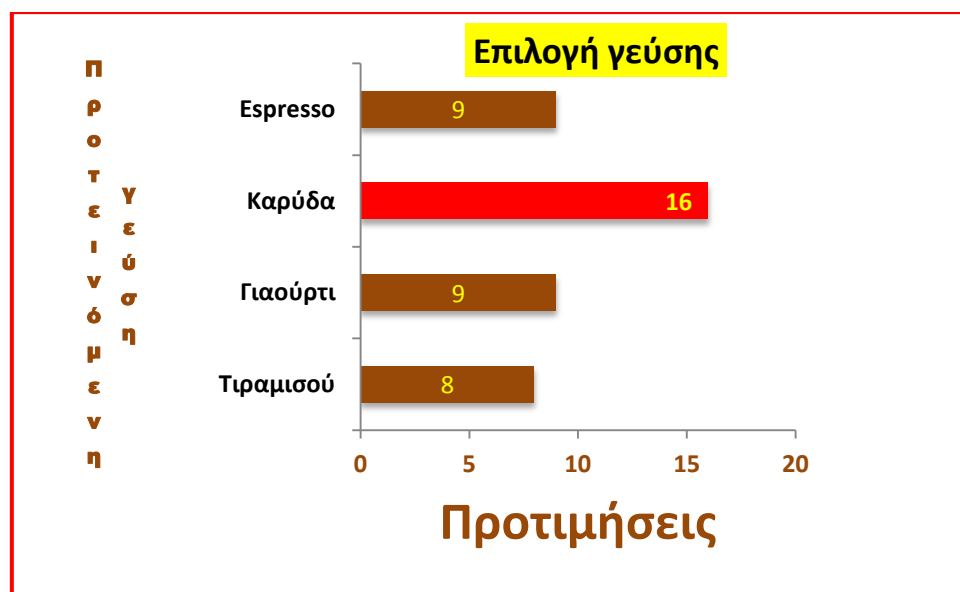
3. Ποιο όνομα σας αρέσει περισσότερο από τα παρακάτω (επιλέξτε 1 απάντηση) ;

Lovely Amor-Amor Amore mio cutie

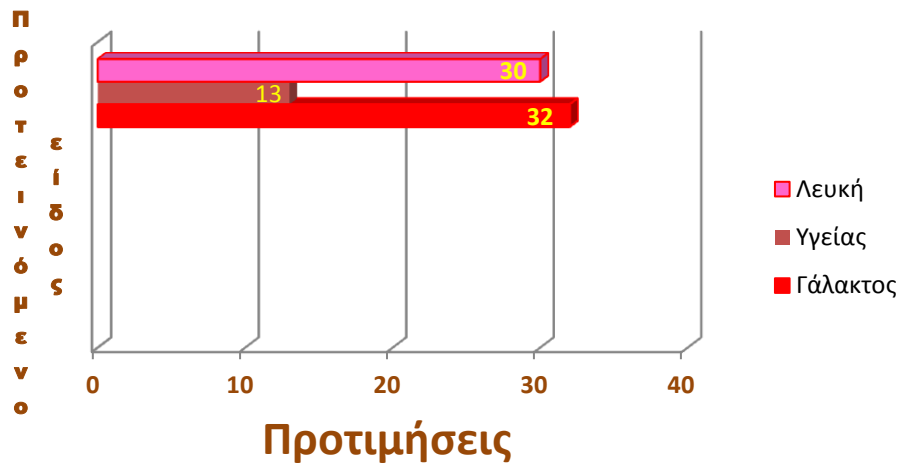
Σας ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας

ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

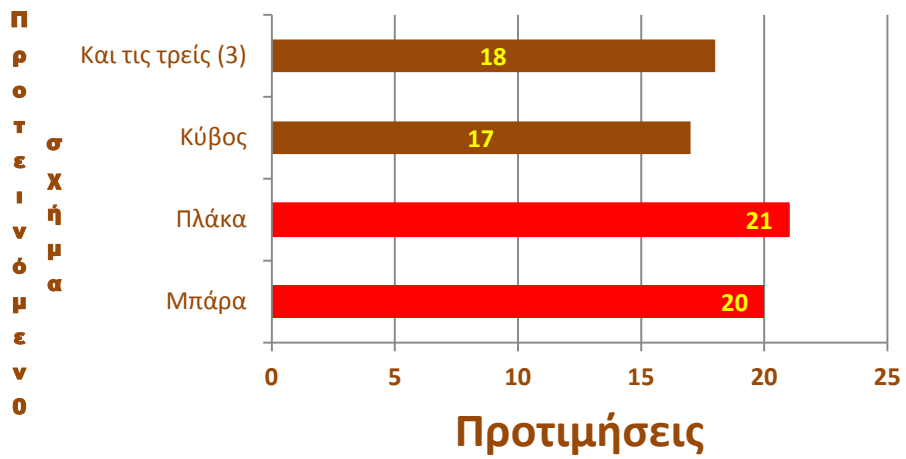
5δ.Αποτελέσματα έρευνας αγοράς για την επιλογή νέου προϊόντος.



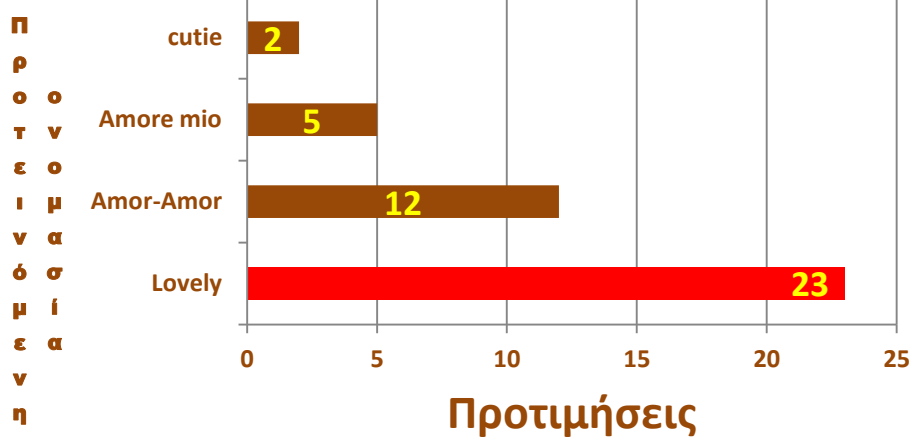
Επιλογή είδους σοκολάτας

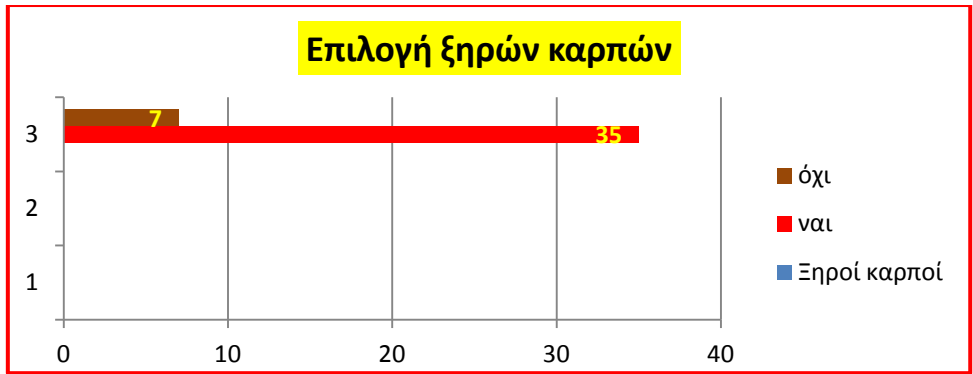


Επιλογή σχήματος σοκολάτας



Επιλογή ονομασίας





Από τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτουν ότι οι καταναλωτές επέλεξαν για νέα σοκολάτα

- Την γεύση ΚΑΡΥΔΑ
- Για είδη τις ΓΑΛΑΚΤΟΣ και ΛΕΥΚΗ
- Για σχήματα αυτά σε ΜΠΑΡΑ και ΠΛΑΚΑ.
- Για ονομασία την lovely
- Να περιλαμβάνει και ξηρούς καρπούς

5ε. Δίκτυο πωλήσεων και διανομής.



Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

**Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr**



Η ..αιώνια αγαπημένη σας

www.chocolove.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ



6α. Στόχοι του τμήματος παραγωγής

Έχει την ευθύνη της οργάνωσης της παραγωγής και της τεχνικής αρτιότητας και συντήρησης των εγκαταστάσεων για την απρόσκοπτη λειτουργία της παραγωγικής διαδικασίας. Ειδικότερα :



Μελετά και ενημερώνεται για νέες μεθόδους παραγωγής, νέα πιο εξελιγμένα μηχανήματα, νέα προϊόντα και φροντίζει να εγκαταστήσει αξιόπιστες μεθόδους ποιοτικού ελέγχου των παραγόμενων προϊόντων σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.



Στον Διευθυντή παραγωγής αναφέρονται οι μηχανικοί παραγωγής των διαφόρων τμημάτων παραγωγής , που βασικό μέλημά τους είναι ο συντονισμός της παραγωγής και των τμημάτων που την υποστηρίζουν.

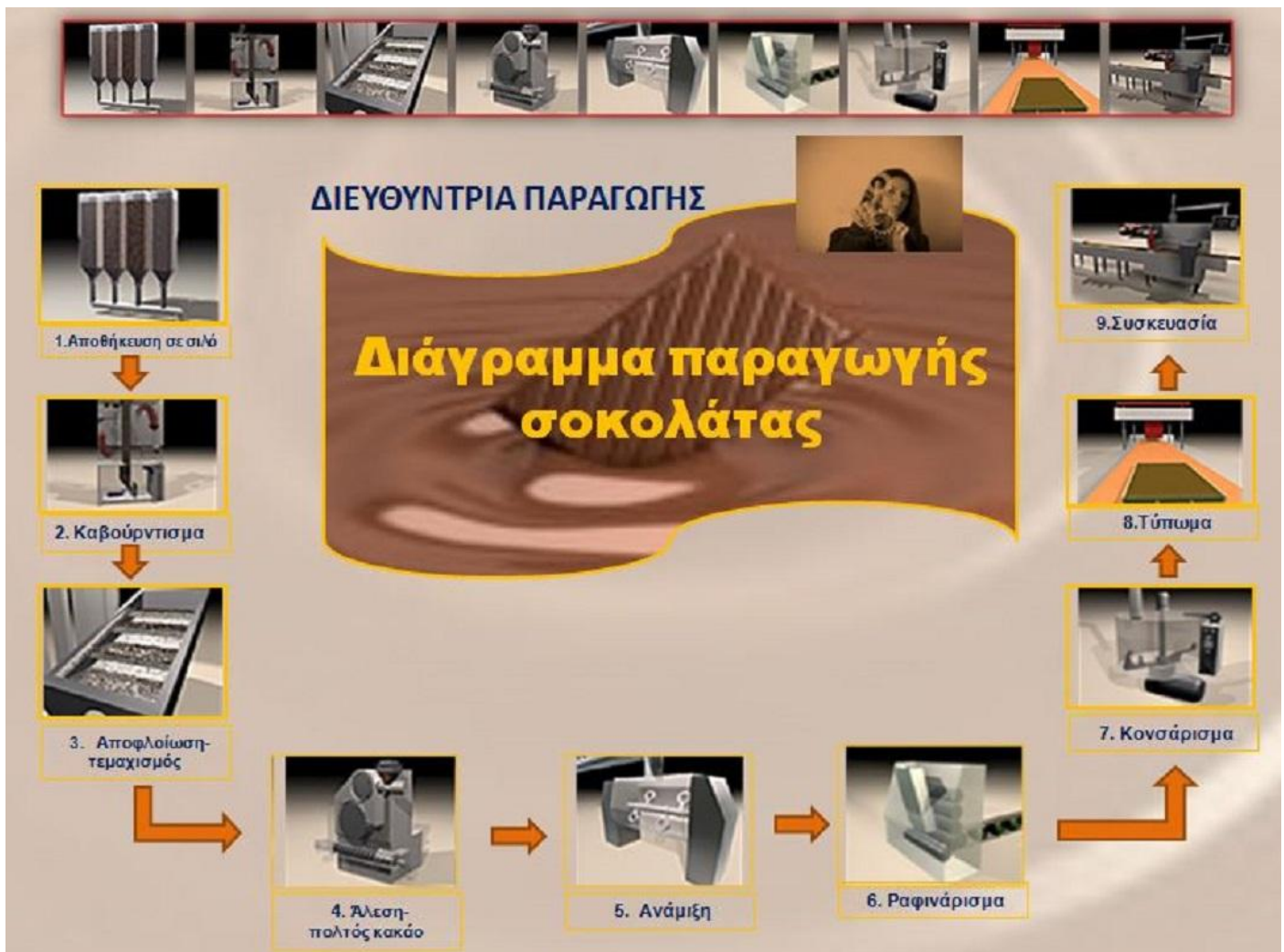


Φροντίζει για το σχεδιασμό και τη σωστή ροή της παραγωγής, την συντήρηση των εγκαταστάσεων για την αποφυγή αβαριών και άσκοπων καθυστερήσεων σ'όλες τις φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας.



Ενημερώνεται για τα πάντα που αναφέρονται στην ανοιχτή γραμμή επικοινωνίας με τον καταναλωτή αλλά και τους πελάτες χονδρικής και είναι έτοιμος να αντιμετωπίσει οποιαδήποτε υποδείξεις τους ή ενδεχόμενα παράπονά τους και να το εξετάσει με προσοχή και υπευθυνότητα.

6β. Διάγραμμα και επεξήγηση διαγράμματος βιομηχανικής παραγωγής



Σοκολάτα Chocologne - προϊόν υψηλής τεχνολογίας...

Η αγαπημένη τροφή όλων μας είναι το προϊόν μιας εξαιρετικά πολύπλοκης διαδικασίας, η οποία ξεκινάει στις χώρες των Τροπικών όπου οι καρποί κακάο μετά τη συγκομιδή κόβονται και ανοίγονται για να αποκαλυφθούν στο εσωτερικό τους οι φρέσκοι κόκκοι κακάο τυλιγμένοι σε ένα

παχύρρευστο, λευκό πολτό. Ακολουθεί η ζύμωσή τους σε καλάθια, η ξήρανση, η συσκευασία και η αποστολή τους στις σοκαλατοποιίες του κόσμου.

Για την παρασκευή της σοκολάτας *Chocolone* χρειάζεται μεγάλη πείρα, πολλή φροντίδα και ιδιαίτερη προσοχή σε όλα τα στάδια της παραγωγής που γίνεται με αυτόματες μηχανικές εγκαταστάσεις υψηλής τεχνολογίας. Όλα τα υλικά είναι πρώτης ποιότητας και οι κακαοβάλανοι καλοδιαλεγμένοι. Κατά την παραλαβή τους και πριν εναποθηκευτούν σε ειδικούς χώρους, τα σιλό, οι κακαοβάλανοι μεταφέρονται αυτόματα στις μηχανές καθαρισμού. Αυτό είναι το πρώτο στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας.

Ακολουθεί το καβούρντισμα, το ξεφλούδισμα και ο τεμαχισμός του καρπού. Οι διάφορες ποικιλίες κακαοβάλανου συνδυάζονται έτσι ώστε να δημιουργηθεί το κατάλληλο "χαρμάνι", ανάλογα με το προϊόν που πρόκειται να παρασκευαστεί.

Στη συνέχεια πολτοποιούνται οι καρποί και αποθηκεύονται σε θερμαινόμενες μεταλλικές δεξαμενές. Ο πολτός που πρόκειται σε λίγο να γίνει σοκολάτα προωθείται αυτόματα σε αναμικτήρες για τη συνέχεια πολτοποιούνται οι καρποί και αποθηκεύονται σε θερμαινόμενες μεταλλικές δεξαμενές. Ο πολτός που πρόκειται σε λίγο να γίνει σοκολάτα προωθείται αυτόματα σε αναμικτήρες για να προστεθούν και τ' άλλα συστατικά: ζάχαρη, γάλα και βούτυρο κακάο. Ακολουθεί το ραφινάρισμα με σκοπό τη λέπτυνση του μείγματος. Σ' αυτό το στάδιο, μέσα από ειδικά μηχανήματα που ονομάζονται πεντακύλινδροι, το μείγμα του πολτού μετατρέπεται σε λεπτή σκόνη.

Το επόμενο στάδιο είναι το κονσάρισμα. Η σκόνη της σοκολάτας μεταφέρεται, αυτόματα πάντα, σε ειδικά μηχανήματα με διπλά τοιχώματα, τις κόνσες. Εκεί με τη διαδικασία της περιστροφής που κρατά μεγάλο χρονικό διάστημα, λειώνει σιγά-σιγά η λεπτή σκόνη σχηματίζοντας έναν ευωδιαστό πολτό. Η σοκολάτα τώρα είναι έτοιμη και αυτόματα χύνεται στα καλούπια.

Εκεί προσθέτονται αμύγδαλα, αν πρόκειται για σοκολάτα αμυγδαλού και άλλοι ξηροί καρποί ή ανάλογη γέμιση. Αμέσως μετά, οι γεμάτες φόρμες με τη ρευστή σοκολάτα περνούν σε ειδικά ψυγεία, προκειμένου να στερεοποιηθούν. Βγαίνοντας από τις φόρμες οι σοκολάτες συσκευάζονται σε αυτόματες μηχανές συσκευασίας.

Όλη η διαδικασία από τη παραλαβή των κακαοβαλάνων και των άλλων πρώτων υλών μέχρι τη συσκευασία των προϊόντων σε μια σύγχρονη βιομηχανία όπως η *Chocolone*, γίνεται με εντελώς αυτόματο τρόπο, χωρίς να μεσολαβούν χέρια.

Έτσι λοιπόν οι αγαπημένες σοκολάτες *Chocolone* συσκευασμένες αεροστεγώς, φρέσκιες, υγιεινές και απολαυστικές παίρνουν το δρόμο για την κατανάλωση.

6γ. Πρωτογενής παραγωγή – καλλιέργεια κακαόδεντρου



Το κακαόδεντρο είναι ένα εντυπωσιακό δένδρο. Φθάνει τα 8 μέτρα και το χρώμα των μυτερών φύλλων του είναι μπλε – πράσινο. Καλλιεργείται σε χώρες με θερμό και υγρό κλίμα όπως η Γκάνα, η Νιγηρία, η Ακτή του Ελεφαντοστού, η Βραζιλία, η Ινδονησία και αλλού.



Ανθοφορεί τον τρίτο ή τέταρτο χρόνο. Τα άνθη έχουν μικρό μίσχο και φυτρώνουν μόνα ή σε μπουκέτα, απ' ευθείας πάνω στο κορμό είτε στα πιο χοντρά κλαδιά. Αυτό αποτελεί μια ιδιαιτερότητα του είδους. Παρ' όλο που τα άνθη είναι πάμπολλα επάνω σ' ένα κακαόδεντρο, τελικά θα παραχθούν γύρω στα 30 «φρούτα»











6δ. Περιγραφή των εγκαταστάσεων της επιχείρησης

Διακρίνουμε κατά κατηγορία τα εξής :






Επιλογή τοποθεσίας:

Οι σύγχρονες βιομηχανίες σοκολάτας, κτίζονται σε πεδινές εκτάσεις, εντός βιομηχανικών περιοχών προκειμένου να εξυπηρετούνται από το υπάρχον δίκτυο μεταφοράς των μεγάλων πόλεων και να είναι δυνατή και η εξεύρεση κατάλληλου εργατικού δυναμικού.

Κτίρια :

-  Εργοστάσιο παραγωγής
-  Ειδικό αποθηκευτικό χώρο πρώτων υλών (σιλό)
-  Θερμαινόμενες μεταλλικές δεξαμενές
-  Ψυγεία, με σκοπό τη στερεοποίηση
-  Αποθήκες διαφόρων χρήσεων
-  Γραφεία διοικητικών υπηρεσιών

Βιομηχανικός εξοπλισμός:

-  Μηχανές καθαρισμού, όπου καθαρίζονται οι κακαοβάλανοι
-  Αναμικτήρες, όπου προσθέτονται άλλα υλικά
-  Πεντακύλινδροι, όπου το μίγμα του πολτού μετατρέπεται σε λευκή σκόνη
-  Καλούπια, όπου τοποθετείται η λιωμένη σοκολάτα για να πάρει το επιθυμητό σχήμα
-  Κόνσες, ειδικά μηχανήματα με διπλά τοιχώματα, όπου ρευστοποιείται και αναδεύεται η ραφινάρισμένη σκόνη

- Αυτόματες μηχανές συσκευασίας-περιτυλίγματος.
- Αυτόματα ειδικά μηχανήματα όπου γίνεται το καβούρντισμα

6ε. Ο ρόλος του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης

Στο τμήμα παραγωγής ανήκει και το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης , στελεχωμένο από επιστήμονες χημικούς και τεχνολόγους τροφίμων. Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται πάρα πολύ χάρη και στον εξοπλισμό Pilot-Plant (παραγωγή σε εργαστηριακή-μικρή κλίμακα), με τον οποίο μπορούν να γίνονται οι απαιτούμενες εργαστηριακές δοκιμές της chocolone.

Στις δραστηριότητες του τμήματος περιλαμβάνονται :

- Τεχνικές προδιαγραφές όλων των παραγόμενων προϊόντων και των παραγωγικών διαδικασιών.
- Βελτίωση και σταθεροποίηση της ποιότητας των προϊόντων και των παραγωγικών διαδικασιών.
- Σχεδιασμός και ανάπτυξη νέων προϊόντων.
- Πραγματοποίηση εργαστηριακών δοκιμών για πρώτες ύλες.
- Ενημέρωση για τις τελευταίες εξελίξεις διεθνώς στον τεχνολογικό τομέα.
- Επαφή με αρχές και αρμόδιους φορείς για τεχνικά θέματα, όπως νομοθεσία, επισήμανση, διατροφικά κλπ.
- Τεχνική υποστήριξη επαγγελματιών πελατών (εργαστήρια ζαχαροπλαστών) για τη σωστή χρήση των προϊόντων σοκολάτας που προμηθεύονται από την Chocolone, ως πρώτη ύλη για τις διάφορες κατηγορίες των παρασκευασμάτων τους.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



Η ..αιώνια αγαπημένη σας

www.chocolove.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ



7α. Η κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας

Η σωστή επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων στους χώρους εργασίας αποτελεί ένα σημαντικότερο παράγοντα μείωσης των εργατικών ατυχημάτων. Η αποτελεσματική ανταλλαγή μηνυμάτων που αφορούν την πρόληψη εργατικών ατυχημάτων και επαγγελματικών ασθενειών αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για τη δημιουργία της κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας.

Τί θεωρείται όμως κουλτούρα; Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών,¹ κουλτούρα εννοείται

«...το σύνολο των πνευματικών, υλικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών της κοινωνίας ή μέρους αυτής, που περιλαμβάνει την τέχνη, την πεζογραφία, τον τρόπο ζωής, τις αξίες, τις παραδόσεις και τα πιστεύω της...»

Ο όρος κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας στην Εργασία (Safety Culture) πρωτοεμφανίστηκε λίγο μετά το πυρηνικό ατύχημα στο Chernobyl το 1986. Σύμφωνα με τον ορισμό της Διεθνούς Επιτροπής Ατομικής Ενέργειας ως κουλτούρα Υγιεινής και Ασφάλειας Εργασίας, ορίζεται

«...το σύνολο των χαρακτηριστικών και των ιδιοτήτων των οργανισμών ή των ατόμων που καθορίζουν πως πρώτη προτεραιότητα στη λειτουργία των οργανισμών ή των ατόμων παίζει η εφαρμογή μέτρων ασφάλειας και αυτά τα μέτρα ασφάλειας λαμβάνουν την απαραίτητη προσοχή που εγγυάται τη εφαρμογή τους».

Η κουλτούρα της Υγιεινής και Ασφάλειας συνδέεται άμεσα με το επίπεδο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων. Η ανθρώπινη επικοινωνία είναι μια εξαιρετικά σύνθετη διαδικασία ανταλλαγής μηνυμάτων. Αυτή η ανταλλαγή μηνυμάτων μεταξύ των ατόμων ή κοινωνικών ομάδων ορίζεται και ως επικοινωνία. Καθημερινά δίνοντας και παίρνοντας πληροφορίες καλύπτουμε ανάγκες πολύ σημαντικές για την επαγγελματική, ψυχολογική και κοινωνική μας επιβίωση. Οι άνθρωποι βρίσκονται σε διαρκή και αδιάκοπη αλληλεπίδραση με το κοινωνικό τους περιβάλλον, ανταλλάσσοντας χιλιάδες πληροφορίες σε καθημερινή βάση. Κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας, μία αρκετά σημαντική ποσότητα πληροφοριών χάνεται, καθώς οι άνθρωποι υψώνουν τείχη αντίστασης κατά της αποδοχής των πληροφοριών που δέχονται από άλλους συνανθρώπους τους. Οι λόγοι αυτής της αντίστασης εξαρτώνται από το ύψος της επικοινωνίας, τις προσωπικές διαθέσεις του κάθε ανθρώπου, τον χαρακτήρα του, τις πολιτιστικές του καταβολές, το επίπεδο μόρφωσής του, τις ιδιαίτερες κοινωνικές συνθήκες και την πιθανή χρήση διαφορετικών – ξένων – γλωσσών μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών.

Η πολιτική ανοιχτής επικοινωνίας (open door policy) μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης ενός οργανισμού, ιδιαίτερα σε θέματα Υγιεινής και Ασφάλειας, συνεισφέρει στην παραγωγικότητα του οργανισμού, αυξάνει το επίπεδο αυτοϊκανοποίησης των εργαζομένων, αυξάνει το επίπεδο απόκρισης (feedback effect) της διοίκησης, συμβάλλει στην ανάπτυξη της κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας στον οργανισμό και τελικώς βελτιώνει τις συνθήκες ασφάλειας στον οργανισμό.

Η σημασία της ύπαρξης κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας σε έναν οργανισμό, διαπιστώθηκε με τραγικό τρόπο στο καταστροφικό δυστύχημα των διυλιστηρίων γνωστής πετρελαϊκής εταιρείας στο Τέξας το 2005. Στο τραγικό αυτό δυστύχημα είχαν σκοτωθεί συνολικά 15 εργαζόμενοι και πάνω από 170 είχαν τραυματισθεί. Η έκθεση διερεύνησης του δυστυχήματος, που δημοσιεύθηκε πρόσφατα,³αποτελούνταν από 374 σελίδες και εστίαζε τα αίτια του δυστυχήματος σε 5 βασικές παρατηρήσεις. Όλες οι παρατηρήσεις των επιθεωρητών ήταν σχετικές με την κουλτούρα Υγιεινής και Ασφάλειας στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης. Στην δεύτερη παρατήρηση των επιθεωρητών γίνεται ρητή αναφορά στο γεγονός πως η επιχείρηση «δεν είχε φροντίσει να δημιουργηθεί ένα θετικό περιβάλλον εμπιστοσύνης και ανοιχτής επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης της επιχείρησης με ανοικτούς δίαυλους ανταλλαγής πληροφοριών».

Στη χώρα μας, είναι γεγονός αδιαμφισβήτητο, πως υπάρχει σαφέστατη έλλειψη κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας τόσο μεταξύ των εργαζομένων (οι οποίοι φέρουν και αυτοί μερίδιο ευθύνης) όσο και από πλευράς διοίκησης πολλών επιχειρήσεων. Η συνεχής εκπαίδευση των εργαζομένων (δια βίου εκπαίδευση) και η ύπαρξη ανοικτού δίαυλου επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης των επιχειρήσεων, είναι τα μοναδικά εργαλεία υιοθέτησης κουλτούρας Υγιεινής και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας. Κουλτούρα η οποία συμβάλλει στη μείωση των εργατικών ατυχημάτων που τόσο ακριβά πληρώνει ολόκληρη η κοινωνία.

7β. Καθήκοντα ιατρού εργασίας

Ο ιατρός εργασίας παρέχει υποδείξεις και συμβουλές στον εργοδότη, στους εργαζόμενους και στους εκπροσώπους τους, γραπτά ή προφορικά, σχετικά με τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται για τη σωματική και ψυχική υγεία των εργαζομένων.

Τις γραπτές υποδείξεις ο γιατρός εργασίας καταχωρεί στο ειδικό βιβλίο του άρθρου 6 του νόμου αυτού. Ο εργοδότης λαμβάνει γνώση ενυπογράφως των υποδείξεων που καταχωρούνται σ αυτό το βιβλίο. Ειδικότερα ο γιατρός εργασίας συμβουλεύει σε θέματα:

α) σχεδιασμού προγραμματισμού, τροποποίησης της παραγωγικής διαδικασίας, κατασκευής και συντήρησης εγκαταστάσεων, σύμφωνα με τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας.

β) λήψης μέτρων προστασίας, κατά την εισαγωγή και χρήση υλών και προμήθειας μέσω εξοπλισμού.

γ) φυσιολογίας και ψυχολογίας της εργασίας εργονομίας και υγιεινής της εργασίας, της διευθέτησης και διαμόρφωσης των θέσεων και του περιβάλλοντος της εργασίας και της οργάνωσης της παραγωγικής διαδικασίας.

δ) οργάνωσης υπηρεσίας παροχής πρώτων βοηθειών.

ε) αρχικής τοποθέτησης και αλλαγής θέσης εργασίας για λόγους υγείας, προσωρινά ή μόνιμα καθώς και ένταξης ή επανένταξης μειονεκτούντων ατόμων στην παραγωγική διαδικασία, ακόμη και με υπόδειξη αναμόρφωσης της θέσης εργασίας και

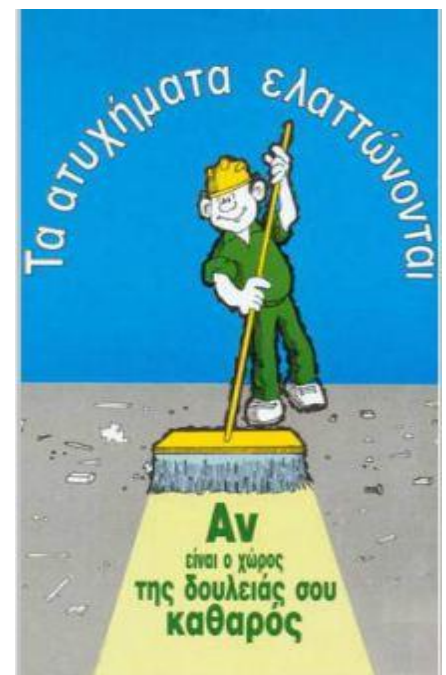
στ) δεν επιτρέπεται ο γιατρός εργασίας να χρησιμοποιείται για να επαληθεύει το δικαιολογημένο ή μη λόγω νόσου, απουσίας εργαζομένου.

Ο γιατρός εργασίας προβαίνει σε ιατρικό έλεγχο των εργαζομένων σχετικό με τη θέση εργασίας τους, μετά την πρόληψή τους ή την αλλαγή θέσης εργασίας, καθώς και σε περιοδικό ιατρικό έλεγχο κατά την κρίση του επιθεωρητή εργασίας ύστερα από αίτημα της επιτροπής υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, όταν τούτο δεν ορίζεται από το νόμο. Μεριμνά για τη διενέργεια ιατρικών εξετάσεων και μετρήσεων παραγόντων του εργασιακού περιβάλλοντος σε εφαρμογή των διατάξεων που ισχύουν κάθε φορά. Εκτιμά την καταλληλότητα των εργαζομένων για τη συγκεκριμένη εργασία, αξιολογεί και καταχωρεί τα αποτελέσματα των εξετάσεων, εκδίδει βεβαίωση των παραπάνω εκτιμήσεων και την κοινοποιεί

Σημείωση: Ο Γιατρός εργασίας έχει κατά την άσκηση του έργου τους ηθική ανεξαρτησία απέναντι στον εργοδότη και στους εργαζομένους. Τυχόν διαφωνία του με τον εργοδότη, για θέματα της αρμοδιότητάς του δεν μπορεί να αποτελέσει λόγο καταγγελίας της σύμβασής τους. Σε κάθε περίπτωση η απόλυση πρέπει να είναι αιτιολογημένη.

Ο Γιατρός εργασίας έχει υποχρέωση να τηρεί το επιχειρησιακό απόρρητο

7γ. Δημιουργία αφισών ασφαλείας





Chocolove A.E. Σοκολατοβιομηχανία ΑΦΙΣΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ



7δ. Η διατροφική αξία της σοκολάτας

"Πολυβιταμινούχο και πλούσιο σε ενέργεια προϊόν, η σοκολάτα!"

Πλούσιο σε ενέργεια προϊόν, το οποίο επιπλέον περιέχει βιταμίνη Ε, ασβέστιο και χαλκό, χαρακτήρισε τη σοκολάτα ο Δρ. Ian MacDonald, ομότιμος καθηγητής στο Πανεπιστήμιο του Λονδίνου, μιλώντας σε εκδήλωση του Ελληνικού Συνδέσμου Βιομηχανιών Σοκολάτας, στην οποία και ήταν επίσημος, προσκεκλημένος ομιλητής.

Μιλώντας ειδικότερα για τις ιδιότητες της σοκολάτας και το ρόλο της στην υγιεινή διατροφή, ο Δρ. MacDonald επεσήμανε ότι η σοκολάτα αποτελεί βασική πηγή διατροφικού χαλκού, τονίζοντας επίσης ότι, όπως απέδειξε έρευνα που έγινε στις Η.Π.Α., η μαύρη σοκολάτα και τα ζαχαρωτά καλύπτουν από μόνα τους τη μέση ημερήσια πρόσληψη χαλκού για τον ανθρώπινο οργανισμό.

Σύμφωνα με τον καθηγητή, η σοκολάτα περιέχει, επίσης, αντιοξειδωτικούς παράγοντες, οι οποίοι αποτρέπουν τη μετατροπή του λίπους στη σοκολάτα σε οξειδωση (τάγγιασμα) και αυτοί οι αντιοξειδωτικοί παράγοντες έχουν ευεργετικές επιδράσεις στη υγεία. "Ένα κομμάτι σοκολάτας 40 γρ. περιέχει την ίδια ποσότητα αντιοξειδωτικών παραγόντων, όπως ένα ποτήρι κόκκινο κρασί" ανέφερε χαρακτηριστικά ο καθηγητής, τονίζοντας παράλληλα ότι "όλοι μας γνωρίζουμε ότι το κρασί μειώνει την πιθανότητα εμφάνισης καρδιαγγειακών ασθενειών".

Σχετικά με το λίπος που περιέχεται στη σοκολάτα, ο Δρ. MacDonald ανέφερε ότι αν και η σοκολάτα περιέχει αρκετή ποσότητα λίπους, δεν είναι απολύτως βέβαιο ότι η κατανάλωσή της έχει αρνητικές επιδράσεις στις παραμέτρους του μεταβολισμού, όπως τα επίπεδα χοληστερίνης στο αίμα, χαρακτηρίζοντας μοναδική τη σύνθεση του λιπαρού οξέως στο βούτυρο κακάο (35στεατικό οξύ, 35ελαϊκό οξύ).

Τόσο το στεατικό οξύ όσο και το ελαϊκό οξύ στη διατροφή είναι ουδέτερα όσον αφορά στη χοληστερίνη του αίματος, εξήγησε ο καθηγητής, τονίζοντας, παράλληλα, ότι, "εάν καταναλωθεί ένα κομμάτι σοκολάτας γάλακτος αντί για κάποιο σνακ, η HDL χοληστερίνη (η καλή χοληστερίνη) θα αυξηθεί, ενώ τα τριγλυκερίδια πλάσματος θα πέσουν σημαντικά". Το λίπος στη σοκολάτα περιέχει, επίσης, άλφα-τοκοφερόλη, την πιο ενεργή μορφή της βιταμίνης Ε, ενώ η σοκολάτα γάλακτος περιέχει, επίσης, ασβέστιο και άλλες θρεπτικές ουσίες.

Ο δρ. MacDonald υπογράμμισε, τέλος, ότι, η σοκολάτα είναι προϊόν πλούσιο σε ενέργεια, τόνισε, όμως, ότι η ενέργεια αυτή πρέπει να καταναλώνεται με την άσκηση, η οποία κρίνεται απαραίτητη για να διατηρηθεί το σώμα σε καλή φόρμα.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



www.chocolove.gr

Η ..αιώνια αγαπημένη σας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ



8α.Στόχοι του τμήματος

Η Διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων έχει την ευθύνη των επαφών με τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και το καταναλωτικό κοινό και βασικό μέλημά της είναι η δημιουργία και διατήρηση της εικόνας της εταιρείας σε υψηλό επίπεδο. Ακόμα φροντίζει για το κοινωνικό πρόσωπο της εταιρείας με την παροχή χορηγιών, υποτροφιών, πραγματοποίηση κοινωνικών εκδηλώσεων, εκθέσεων και άλλων πολιτιστικών γεγονότων.

8β. Σύντομο ιστορικό της εταιρείας μας

Μια συναρπαστική και ξεχωριστή ιστορία, τόσο γλυκιά όσο και η σοκολάτα που παράγει, είναι εκείνη της CHOCOLOVE:

Το 2000 μια παρέα φίλων στον Α.Ιωάννη Ρέντη ξεκίνησε μια ερασιτεχνική προσπάθεια να φτιάξει σοκολάτα στην Ελλάδα ακολουθώντας «την μόδα» που ξεκινούσε τότε να γίνεται αισθητή. Έτσι ίδρυσαν την CHOCOLOVE με κάθε επισημότητα. Η CHOCOLOVE από το ξεκίνημά της παραμένει στην κορυφή της σοκολάτας στην χώρα μας, παρουσιάζοντας συνεχή ανάπτυξη, με «όπλα» την εργατικότητα, το κοινωνικό πρόσωπο, την παραγωγική αξιοποίηση της διαφήμισης –όπως ακριβώς συμβαίνει σχεδόν καθ' όλη την διάρκεια της πορείας της CHOCOLOVE- και την δημιουργικότητα. Το 2011 ο κύκλος εργασιών της CHOCOLOVE ανήλθε σε 103,9 εκ. Ευρώ (έναντι 98 εκ. Ευρώ του 2010) με καθαρά κέρδη της τάξεως των 3 εκ. Ευρώ, ακολουθώντας, σε πείσμα των αρνητικά μεταβαλλόμενων συνθηκών της ελληνικής αγοράς, μια σταθερή, ανοδική πορεία.

Με όλα τα παραπάνω δεδομένα είναι εύκολο να αντιληφθεί κανείς γιατί η CHOCOLOVE, ένα από τα λιγιστά πλέον διαμάντια της ελληνικής βιομηχανίας, αποτελεί στόχο εξαγοράς εδώ και πολλά χρόνια από μεγαθήρια που βρίσκονται είτε εκτός είτε εντός Ελλάδος. Το γεγονός ότι δεν έχει εξαγοραστεί οφείλεται στην προσωπικότητα και στις αντιλήψεις που έχουν για την ελληνική επιχειρηματικότητα ο Νικόλαος Ασημίδης – η Κωνσταντίνα Γιαννίτση και η Ευαγγελία Βλάχου.

Φυσικά, είναι δεδομένο πως το χρήμα αποτελεί το σύνηθες «κριτήριο επιτυχίας» για τις ανθρώπινες κοινωνίες και οι σημερινοί ιδιοκτήτες της CHOCOLOVE δεν θα ήταν δυνατό να το περιφρονούν. Παρ' όλα αυτά, εάν και έχουν μπροστά τους αρκετές ακόμα δεκαετίες δραστηριότητας είναι βέβαιο πως θα συνεχίσουν την εκπληκτική τους πορεία αγνοώντας, όπως έκαναν μέχρι τώρα, τις διάφορες σειρήνες όσο δυνατές και προκλητικές και αν ήταν.

Είναι όμως «εκ των πραγμάτων» υποχρεωμένοι να φροντίσουν για την παραμονή στην κορυφή των προϊόντων σοκολατοποιίας, δηλαδή την μελλοντική πορεία της επιχείρησης – κόσμημα που δημιουργήθηκε με την αποφασιστική τους συμβολή και με το εκφραστικό σλόγκαν CHOCOLOVE- Η αιώνια αγαπημένη σας.

Είναι υποχρεωμένοι να φροντίσουν τους χίλιους και πλέον εργαζόμενους και τους χιλιάδες συνεργάτες τους εξασφαλίζοντας μια σίγουρη, μελλοντική πορεία, όταν και όποτε το επιβάλλουν οι αδυσώπητοι νόμοι της φύσης.






8γ. Η πολιτική μας για το περιβάλλον

Η εταιρεία Chocolive A.E. αναγνωρίζοντας την ανάγκη για ανάπτυξη και υιοθέτηση παραγωγικών διαδικασιών περιβαλλοντικά ανεκτών, στοχεύει σε μία ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη σε αρμονία με τη φύση.

Ακολουθώντας μία πορεία βιώσιμης ανάπτυξης, επιδιώκει τη συνετή και ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων, ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα τις αρνητικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων της στο περιβάλλον.

Η Chocolive A.E. υιοθετεί Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, σύμφωνα με τις αρχές του Προτύπου ISO 14001:2004 και του Κανονισμού EMAS της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

Η Πολιτική της εταιρείας για τη διασφάλιση της Προστασίας του Περιβάλλοντος στηρίζεται στις εξής αρχές:

-  Λαμβάνει μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος συμμορφούμενη με την περιβαλλοντική
-  νομοθεσία και τους περιβαλλοντικούς όρους.
-  Εφαρμόζει Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, στο σύνολο των δραστηριοτήτων της παραγωγικής της διαδικασίας.
-  Καθορίζει Αντικείμενα και Σκοπούς Περιβαλλοντικών Παρεμβάσεων.
-  Αξιολογεί και βελτιώνει την συνολική Περιβαλλοντική της Επίδοση, με κατάρτιση και υλοποίηση

🌱 Προγραμμάτων Δράσης για την επίτευξη των συγκεκριμένων Περιβαλλοντικών Σκοπών και Στόχων, και πάντα με καθορισμένο χρονικό διάστημα υλοποίησης.

🌱 Υιοθετεί συγκεκριμένους κανόνες περιβαλλοντικών ελέγχων στην εσωτερική παραγωγική λειτουργία της.

🌱 Εφαρμόζει την δια βίου εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού της σε θέματα Περιβάλλοντος

🌱 Προωθεί τον ανοικτό διάλογο και την ενημέρωση του κοινού σε πνεύμα ειλικρινούς και αμοιβαίου σεβασμού.

🌱 Εδραιώνει την έννοια της οικολογικής ευαισθησίας και του περιβαλλοντικού οράματος, το οποίο εμπνέει το ανώτατο επίπεδο ιεραρχίας, σε όλη την πυραμίδα των εργαζομένων στην εταιρεία.

Ο Υπεύθυνος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης εξασφαλίζει ότι οι τεκμηριωμένες Διαδικασίες του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, γνωστοποιούνται και είναι πλήρως κατανοητές από το σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας, και εφαρμόζονται και τηρούνται σε όλα τα επίπεδα της οργανωτικής δομής και σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.

Ο Εντεταλμένος Σύμβουλος, σε συνεργασία με τα στελέχη της εταιρείας, δεσμεύεται ότι αφ' ενός θα μεριμνά συνεχώς για την πλήρη και αποτελεσματική εφαρμογή του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, αφ' ετέρου ότι θα παρέχει όλα τα απαραίτητα μέσα για τη συνεχή και απρόσκοπτη λειτουργία αυτού και τη συνεχή βελτίωσή του.

8δ.Η εξαγωγική μας δραστηριότητα.

Η επιχείρησή μας εξάγει στις παρακάτω αγορές :

- 🌐 Βόρειο Αμερική – ΗΠΑ και Καναδά
- 🌐 Ανατολική και Δυτική Ευρώπη
- 🌐 Αραβική Χερσόνησο
- 🌐 Χώρες του Αραβικού Κόλπου

8ε.Δελτίο τύπου για τα νέες μας γεύσεις

Η chocolone, η μόνη Ελληνική σοκολατοβιομηχανία με ολοκληρωμένη διαδικασία παραγωγής σοκολάτας, συμπληρώνει την πλούσια ποικιλία προϊόντων της με μία νέα σειρά σοκολατών. Η σειρά chocolone **lovely**, αποτελείται από 2 γεύσεις: καρύδα και λευκή που περιλαμβάνουν ολόκληρα αμύγδαλα.

Κάθε γεύση δημιουργεί ένα νέο συνδυασμό με μόνιμο πρωταγωνιστή την αγαπημένη σοκολάτα γάλακτος Chocolone.



Η νεανική αυτή σειρά αποτελεί μια νέα πρόταση από την chocolone και απευθύνεται σε όσους θέλουν να δοκιμάζουν καινούριες γεύσεις. Τη νέα σειρά σοκολατών **lovely** θα τη βρείτε σε όλα τα καταστήματα τροφίμων, καθώς και σε καταστήματα φιλικών και περίπτερα.

Το σύνολο των εισαγωγών καρπών κακάο στην Ελλάδα πραγματοποιείται αποκλειστικά από την chocolone A.E. Με τον τρόπο αυτό, η εταιρεία είναι σε θέση να ελέγχει πλήρως την ποιότητα και την ιδιαίτερη γεύση των προϊόντων της.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



www.chocolove.gr





Η ..αιώνια αγαπημένη σας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
















9α. Ο ρόλος του τμήματος προμηθειών.

Ο Διευθυντής Προμηθειών

-  Φροντίζει για την αγορά των πρώτων και βοηθητικών υλών και λοιπών αναλώσιμων υλικών, όπως αυτά προκύπτουν από το πρόγραμμα παραγωγής.
-  Διατηρεί κατάλογο προμηθευτών και επιμελείται την έγκαιρη παραγγελία των αναγκαίων ποσοτήτων στην καλύτερη δυνατή τιμή.
-  Διενεργεί κατά καιρούς έρευνα της αγοράς για την ανακάλυψη τυχόν νέων καλύτερων τιμών.
-  Συνεργάζεται με τους υπευθύνους του τμήματος παραγωγής για τον έλεγχο και την πιστοποίηση της ποιότητας των παραγγελθέντων και παραληφθέντων πρώτων υλών.

9β. Πρώτες ύλες σοκολατοβιομηχανιών.

Οι χρησιμοποιούμενες πρώτες ύλες σε μία σοκολατοβιομηχανία κατά σειρά ποσοτήτων που απαιτούνται είναι οι παρακάτω :

-  Κακαοβάλανοι
-  Ζάχαρη
-  Γάλα σκόνη
-  Γλυκόζη αμυλοσιρόπιο
-  Βούτυρο κακάο
-  Φυτικά λίπη
-  Λεκιθίνη
-  Αμυγδαλόψιχα
-  Φουντουκόψιχα
-  Καρύδα
-  Ρύζι διογκωμένο
-  Βαμβακέλαιο ραφινέ
-  Λακτόζη
-  Βούτυρο γάλακτος

9γ. Διαδικασία παραλαβής των προμηθειών

Ένα από τα βασικότερα στάδια στον κύκλο της προμήθειας των προϊόντων είναι η διαδικασία της παραλαβής, βασικός στόχος της οποίας είναι ο έλεγχος των εμπορευμάτων, αν και σε πολλές περιπτώσεις, λανθασμένα, δεν αποδίδεται η απαιτούμενη προσοχή, με αποτέλεσμα να πηγαίνουν χαμένες όλες οι προσπάθειες που έχουν προηγηθεί Αυτό συμβαίνει γιατί οι παραγγελίες συγκεκριμένων ποσοτήτων και ποιοτήτων σε συμφέρουσες τιμές, δεν αποτελούν εγγύηση ότι τα προϊόντα που παραγγέλθηκαν θα παραδοθούν κανονικά

Μια από τις προϋποθέσεις της σωστής λειτουργίας του τμήματος παραλαβών είναι η άριστη οργάνωση. Για την επιτυχία του τμήματος παραλαβών, εκτός από την ορθή οργάνωση πρέπει να εξασφαλιστούν και οι παρακάτω προϋποθέσεις:

Το προσωπικό του τμήματος των παραλαβών πρέπει να εφοδιάζεται, καθημερινώς με όλα τα αντίγραφα των παραγγελιών που έχουν δοθεί κατά προμηθευτή, ημερομηνία, και ώρα παράδοσης.

Το προσωπικό του τμήματος πρέπει να είναι εφοδιασμένο με αντίγραφα των προδιαγραφών προϊόντων που έχει συντάξει η επιχείρηση.

Επίσης πρέπει να υπάρχει εγχειρίδιο λειτουργίας του τμήματος (manual) το οποίο να δίνει λεπτομερείς οδηγίες για την αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος.

Τέλος, να έχει καθορισμένες γραφειοκρατικές διαδικασίες που εξασφαλίζουν την αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος

Το προσωπικό συμβάλλει κατά ένα μεγάλο ποσοστό στην αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος. Γι' αυτό το λόγο πρέπει να είναι άριστα οργανωμένο και εκπαιδευμένο, έμπειρο και πάνω από όλα αξιόπιστο. Μέσω των χεριών του προσωπικού της παραλαβής περνάνε καθημερινά μεγάλης αξίας εμπορεύματα, γι' αυτό εξάλλου το προσωπικό αυτού του τμήματος ονομάζεται με τον αγγλικό όρο «key position» (θέση κλειδί) εκφράζοντας τη σπουδαιότητα της λειτουργίας του.

Για να αποδίδει το προσωπικό στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό ο χώρος της παραλαβής πρέπει να είναι άριστα εξοπλισμένος. Στο χώρο της παραλαβής, λοιπόν, πρέπει να υπάρχουν ζυγαριές ακριβείας με τη βοήθεια των οποίων ο υπάλληλος της παραλαβής μπορεί να πραγματοποιήσει τη δουλειά του αποφεύγοντας έτσι τα λάθη. Εκτός από αυτό, ο χώρος της παραλαβής πρέπει να είναι άριστα φωτισμένος, είτε με φυσικό είτε με τεχνητό φως. Ακόμα, οπωσδήποτε πρέπει να υπάρχει ένα γραφείο με τηλέφωνο που επιτρέπει την ενδοεπιχειρησιακή και εξωεπιχειρησιακή επικοινωνία των υπαλλήλων της παραλαβής.

Όσον αφορά τη χρονική λειτουργία της παραλαβής, ο υπεύθυνος των παραλαβών πρέπει να καθορίζει ώρες λειτουργίας/παράδοσης, αποφεύγοντας, έτσι την πίεση που μπορεί να δημιουργηθεί από το να φτάνουν περισσότερα εμπορεύματα ταυτόχρονα στην επιχείρηση. Με τον καθορισμό του χρόνου λειτουργίας του τμήματος μειώνονται αισθητά τα λάθη κατά την παραλαβή.

9δ. Διαχείριση των αποθεμάτων (stock)

Αποθέματα είναι ποσότητες προϊόντων, οι οποίες φυλάσσονται σε αποθήκες για μελλοντική χρήση. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να είναι πρώτες ύλες, ημικατεργασμένα ή έτοιμα προϊόντα, κεφάλαια, μηχανές κτλ. Τα αποθέματα, εάν διατηρούνται με ασφάλεια, συμβάλλουν σημαντικά στη σωστή λειτουργία των επιχειρήσεων. Επομένως, αποτελούν για τις διοικήσεις των επιχειρήσεων ένα τομέα με πολλές παραμέτρους, οι οποίες θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με τον πιο συμφέροντα για την επιχείρηση τρόπο.

Εάν η ποσότητα των αποθεμάτων που διατηρεί κάποια επιχείρηση είναι αρκετά μεγάλη, τότε αντιμετωπίζεται σε μεγάλο βαθμό μια αύξηση της ζήτησης που τυχόν θα παρουσιασθεί στην αγορά, αλλά για την απόκτηση και την διατήρηση αυτών των αποθεμάτων, δεσμεύονται μεγάλα ποσά κεφαλαίων. Εάν, αντίθετα, η ποσότητα των αποθεμάτων είναι μικρή, τότε το επενδεδυμένο σε αυτά κεφάλαιο μειώνεται, αλλά η επιχείρηση αντιμετωπίζει τον κίνδυνο της πιθανής έλλειψης αποθεμάτων που συνεπάγεται απώλεια κερδών και αξιοπιστίας.

Επομένως, για μια επιχείρηση τίθεται το πρόβλημα του ελέγχου και της διαχείρισης των αποθεμάτων με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξασφαλίζονται για την επιχείρηση τα μεγαλύτερα δυνατά κέρδη. Ο βασικός σκοπός ενός συστήματος διαχείρισης αποθεμάτων είναι να καθορίζει πότε θα πρέπει να παραγγελθούν τα αγαθά, πόσο μεγάλη θα πρέπει να είναι η παραγγελιά σε ποια χρονική περίοδο θα γίνει. Ορισμένες επιχειρήσεις προτιμούν να διατηρούν μακροχρόνιες σχέσεις με τους προμηθευτές τους για την ικανοποίηση των αναγκών τους για σχεδόν έναν ολόκληρο χρόνο. Στην περίπτωση αυτή ένα σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων θα καθορίζει πότε και τι ποσότητα θα διανέμεται. Ένα αποτελεσματικό σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων, εξοικονομεί πόρους για την επιχείρηση ελαχιστοποιώντας το κόστος.

Σε ένα σύστημα αποθεμάτων, ο έλεγχος μπορεί να γίνει με δύο τρόπους:

- α) Συνεχής έλεγχος των αποθεμάτων, οπότε μιλάμε για σύστημα αποθεμάτων συνεχούς επιθεώρησης.
- β) Έλεγχος αποθεμάτων σε ίσα χρονικά διαστήματα, οπότε μιλάμε για σύστημα αποθεμάτων περιοδικής επιθεώρησης.

Πολλοί είναι οι παράγοντες εκείνοι που συνηγορούν στη διατήρηση αποθεμάτων σε μια επιχείρηση. Από αυτούς αναφέρουμε παρακάτω τους σπουδαιότερους:

α) **Αβεβαιότητα.** Η ζήτηση ενός προϊόντος δεν μπορεί να προβλεφθεί πάντοτε με ακρίβεια, διότι υπάρχουν πολλοί λόγοι, όπως βλάβες των συστημάτων παραγωγής, καθυστερήσεις στην αποστολή πρώτων υλών, απεργίες, ανώμαλες καιρικές συνθήκες κτλ., που δημιουργούν απρόβλεπτες καταστάσεις.

β) **Κέρδος.** Η διατήρηση αποθεμάτων επιτρέπει στην επιχείρηση να έχει ένα κέρδος, από τυχόν αυξήσεις των τιμών των προϊόντων που διατηρεί ή των πρώτων υλών για τα προϊόντων που παράγει. Ακόμα, η επιχείρηση κερδίζει σημαντικά ποσά, λόγω των εκπτώσεων που παρέχει η αγορά μεγάλων ποσοτήτων από ένα προϊόν.

γ) **Χρόνος παράδοσης των προϊόντων.** Επειδή η παραγωγή ενός προϊόντος απαιτεί μια ορισμένη χρονική περίοδο, είναι δυνατό η επιχείρηση, κατά το χρονικό αυτό διάστημα της παραγωγής, να απωλέσει έναν αριθμό πελατών, οι οποίοι δεν θα είχαν την δυνατότητα να περιμένουν για την παραλαβή του προϊόντος που παράγεται. Η διατήρηση αποθεμάτων του προϊόντος αυτού αποτρέπει ένα τέτοιο κίνδυνο για την επιχείρηση.

δ) **Ανταγωνισμός.** Ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων που παράγουν τα ίδια προϊόντα, επιβάλλει, πολλές φορές, την παράδοση προϊόντων στους πελάτες σε χρόνο μικρότερο από αυτόν που χρειάζεται για την παραγωγή τους. Επομένως, μια τέτοια προσπάθεια προσθέτει στην επιχείρηση επιπλέον κόστος και προβλήματα που έχουν σχέση με την επισπεύσει της παραγωγικής διαδικασίας. Θα ήταν πιο οικονομικό η επιχείρηση α αποθηκεύει έτοιμα ή ημικατεργασμένα προϊόντα, έτσι ώστε η παραγωγή να μην ξεκινά από το μηδέν κάθε φορά που δέχεται μία παραγγελία.

ε) **Αποφυγή υπέρογκων ποσών για εξοπλισμό.** Όταν παράγεται ένα προϊόν σε καθημερινή βάση και για την παραγωγή του χρειάζεται ειδική προετοιμασία των μέσων παραγωγής και απαιτείται ειδικό κόστος εξοπλισμού καθώς και αρκετός χρόνος, τότε, εάν δεν υπάρχει απόθεμα, η επιχείρηση είναι

υποχρεωμένη να πληρώνει καθημερινά υπέρογκα ποσά για προετοιμασία και εξοπλισμό. Εάν ένα προϊόν παράγεται ανά δύο μέρες και σε διπλή ποσότητα κρατώντας το προϊόν της μίας ως απόθεμα, τότε το κόστος προετοιμασίας και εξοπλισμού μειώνεται κατά το ήμισυ.

9ε. Παρακολούθηση των αποθεμάτων

Βασικό σημείο στη διαδικασία των προμηθειών είναι η καθημερινή, συστηματική και διαρκής παρακολούθηση και ο έλεγχος των αποθεμάτων που τηρούνται στις αποθήκες. Ο υπεύθυνος επιβάλλεται να καθορίσει τέτοιες διαδικασίες που θα εξασφαλίζουν όχι μόνο σωστή αποθήκευση αλλά και πληροφορίες σχετικά με το ύψος και την αξία του αποθέματος. Η παρακολούθηση των αποθεμάτων είναι απαραίτητη επειδή εξασφαλίζει τόσο την ομαλή λειτουργία των τμημάτων παραγωγής όσο και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Οι εφαρμοζόμενες πρακτικές παρακολούθησης των αποθεμάτων διαφέρουν από επιχείρηση σε επιχείρηση με κριτήρια τη δυναμικότητα της μονάδας, το βαθμό οργάνωσης, τον αριθμό των απασχολούμενων στο τμήμα των προμηθειών, και άλλες παραμέτρους. Μεγάλες βιομηχανικές μονάδες χρησιμοποιούν τις καρτέλες συνεχούς απογραφής ή καρτέλες αποθήκης χωρίς να αποκλείεται η χρησιμοποίηση προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών προσαρμοσμένων στις ανάγκες της επιχείρησης.

Οι καρτέλες της αποθήκης ή καρτέλες συνεχούς απογραφής τηρούνται για κάθε είδος και συσκευασία. Πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν καρτέλες διαφορετικού χρώματος για κάθε μια από τις κύριες ομάδες εμπορευμάτων (σοκολάτες διαφόρων γεύσεων, σοκολατάκια κλπ.) Μια πλήρης καρτέλα αποθήκης πρέπει να αναφέρει τα παρακάτω στοιχεία είδος, συσκευασία, περιεχόμενο και κωδικό του είδους, ονοματεπώνυμο, διεύθυνση και τηλέφωνο του προμηθευτή και κατά ημερομηνία τις εισαγωγές του είδους στη αποθήκη, τις εξαγωγές στα τμήματα παραγωγής και το υπόλοιπο της καρτέλας. Οι καρτέλες αποθήκης χρησιμεύουν όχι μόνο στην παρακολούθηση των διάφορων εμπορευμάτων μέσα στην αποθήκη αλλά ακόμα και στην απογραφή.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



www.chocolove.gr

Η ..αιώνια αγαπημένη σας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



10α. Διαδικασία σχεδιασμού νέου προϊόντος

Η διαδικασία σχεδιασμού ενός νέου προϊόντος (ή αλλιώς διαδικασία ανάπτυξης προϊόντος) είναι πολύπλοκη και χρονοβόρα. Στη συνέχεια θα περιγραφούν οι κύριες φάσεις της. Στην πράξη οι δραστηριότητες που σχετίζονται με κάθε φάση δεν εκτελούνται πάντα με αυτή τη σειρά, αλλά υπάρχουν επικαλύψεις, επιστροφή σε προηγούμενη φάση και άλλες αποκλίσεις που επιβάλλονται από τον τρόπο οργάνωσης της εταιρίας και ενδεχόμενα γεγονότα που δεν είναι δυνατό να προβλεφθούν.

Οι κύριες φάσεις είναι :

1) Αναζήτηση στόχων και ιδεών. Οι παράγοντες με τη βοήθεια των οποίων προκύπτουν οι ιδέες για νέα προϊόντα ή για βελτιώσεις ήδη υπαρχόντων προϊόντων είναι οι ακόλουθοι :



Η ζήτηση της αγοράς, όπως εκφράζεται από συστηματικές έρευνες, από συγκεκριμένους πελάτες ή από το ευρύτερο καταναλωτικό κοινό. Η προσέγγιση αυτή έχει σαν στόχο να διαπιστώσει τις ανάγκες των αγοραστών όπως διαμορφώνονται στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.



Η έρευνα, οι νέες ανακαλύψεις δηλαδή που οδηγούν σε δυνατότητα δημιουργίας νέων προϊόντων. Η έρευνα μπορεί να είναι βασική έρευνα, να αποβλέπει δηλαδή στη δημιουργία νέων γνώσεων, είτε να είναι εφαρμοσμένη έρευνα, δηλαδή να αποβλέπει στην δημιουργία γνώσεων με σκοπό την επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων.

2) Επιλογή ιδεών. Οι επικρατέστερες ιδέες, αυτές δηλαδή που επιλέγονται από τη διοίκηση, είναι αυτές που έχουν τις καλύτερες προοπτικές επιτυχίας. Πιο συγκεκριμένα, τα κριτήρια επιλογής είναι :



Η προοπτική αυτό το προϊόν να επιτύχει στην αγορά, να ικανοποιήσει δηλαδή τις ανάγκες των αγοραστών καλύτερα από τα ανταγωνιστικά προϊόντα.



Η δυνατότητα παραγωγής του με κέρδος

3) Προκαταρκτική σχεδίαση του προϊόντος. Αφού έχει επιλεγεί μια ιδέα προϊόντος, η διοίκηση προχωρά στην υλοποίηση των γενικών χαρακτηριστικών ή προδιαγραφών που το περιγράφουν.

4) Κατασκευή προτύπου, με τη βοήθεια του οποίου γίνεται τεχνολογικός έλεγχος και δοκιμή του προϊόντος.

5) Πρόβλεψη πωλήσεων. Σε αυτή τη φάση καθορίζεται η σκοπιμότητα του προϊόντος που αποσκοπεί στην τεκμηρίωση της τελικής απόφασης για την πραγματοποίηση ενός σχεδίου και την οριστικοποίηση των στοιχείων του σχεδίου.

6) Δοκιμή στην αγορά. Θεωρείται απαραίτητη η δοκιμή ενός νέου προϊόντος με τη βοήθεια του προτύπου, σ' ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα της πραγματικής αγοράς. Από τις παρατηρούμενες πωλήσεις σε ορισμένο διάστημα, συλλέγονται στοιχεία από την οποία αξιολογείται ο βαθμός αποδοχής και οι επιδόσεις του νέου προϊόντος κτλ.

7) Ανάπτυξη προϊόντος. Σε αυτή τη φάση προσδιορίζονται οι οριστικές τεχνικές προδιαγραφές του προϊόντος και οργανώνεται η τελική μορφή της παραγωγικής διαδικασίας για την κατασκευή του.

8) Εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά. Είναι το τελευταίο στάδιο, κατά το οποίο φτάνει στα καταστήματα, και κατά συνέπεια στον καταναλωτή.

10β. Κατασκευή δειγμάτων προϊόντων

Με βάση την έρευνα αγοράς που πραγματοποιήσαμε και την επεξεργασία των αποτελεσμάτων σχεδιάστηκαν και δημιουργήθηκαν τα παρακάτω προϊόντα :

Σχεδιασμός προϊόντων





Διαθρεπτική επισήμανση		Ανά 100 gr
ΕΝΕΡΓΕΙΑ		550
ΥΔΑΤΑΝΘΡΑΚΕΣ		56,5
ΠΡΟΤΕΙΝΕΣ		
ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ ΣΑΚΧΑΡΑ		51
ΛΙΠΑΡΕΣ ΟΥΣΙΕΣ		9,2
ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ		
ΚΕΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ ΟΞΕΑ		20,5
ΕΔΩΔΙΜΕΣ ΙΝΕΣ		1,4
ΝΑΤΡΙΟ		0,15

ΘΕΡΜΙΔΕΣ	ΣΑΚΧΑΡΑ	ΛΙΠΑΡΑ	ΚΕΚΟΡΕΣΜΕΝΑ	ΝΑΤΡΙΟ
165	15,3gr	9,5 gr	6,2gr	0,04gr

100 gr



Διαθρεπτική επισήμανση		Ανά 100 gr
ΕΝΕΡΓΕΙΑ		550
ΥΔΑΤΑΝΘΡΑΚΕΣ		56,5
ΠΡΟΤΕΙΝΕΣ		
ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ ΣΑΚΧΑΡΑ		51
ΛΙΠΑΡΕΣ ΟΥΣΙΕΣ		9,2
ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ		
ΚΕΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ ΟΞΕΑ		20,5
ΕΔΩΔΙΜΕΣ ΙΝΕΣ		1,4
ΝΑΤΡΙΟ		0,15

ΘΕΡΜΙΔΕΣ	ΣΑΚΧΑΡΑ	ΛΙΠΑΡΑ	ΚΕΚΟΡΕΣΜΕΝΑ	ΝΑΤΡΙΟ
165	15,3gr	9,5 gr	6,2gr	0,04gr

85gr



Διαθρεπτική επισήμανση		Ανά 100 gr
ΕΝΕΡΓΕΙΑ		550
ΥΔΑΤΑΝΘΡΑΚΕΣ		56,5
ΠΡΟΤΕΙΝΕΣ		
ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ ΣΑΚΧΑΡΑ		51
ΛΙΠΑΡΕΣ ΟΥΣΙΕΣ		9,2
ΕΚ ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ		
ΚΕΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ ΟΞΕΑ		20,5
ΕΔΩΔΙΜΕΣ ΙΝΕΣ		1,4
ΝΑΤΡΙΟ		0,15

ΘΕΡΜΙΔΕΣ	ΣΑΚΧΑΡΑ	ΛΙΠΑΡΑ	ΚΕΚΟΡΕΣΜΕΝΑ	ΝΑΤΡΙΟ
165	15,3gr	9,5 gr	6,2gr	0,04gr

100gr





10γ. Παρουσίαση των κατηγοριών προϊόντων της Chocolove A.E.

Η chocolove καλύπτει μια ευρεία σειρά με σοκολάτες που περιλαμβάνει την κλασική πλάκα σοκολάτα σε πολλές γεύσεις, γεμιστές σοκολάτες (candy bars) με ποικιλία γεμίσεων, μια μεγάλη γκάμα σε σοκολατάκια σε συσκευασίες δώρου αλλά και πρακτικές συσκευασίες για το σπίτι, ποικιλία καραμελών, με επικάλυψη σοκολάτας και γέμιση ή σκέτα με γέμιση και σοκοπάστες σε διαφορετικές συσκευασίες.

Πέραν των προϊόντων για τον καταναλωτή, η chocolove έχει και μια ευρεία γκάμα προϊόντων/ πρώτων υλών ζαχαροπλαστικής. Οι κουβερτούρες της εταιρείας έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο στην

Ελληνική αγορά και προσφέρουν στον Έλληνα ζαχαροπλάστη τις βάσεις για τη δημιουργία γλυκών άριστης ποιότητας και γεύσης.

Τα παραγόμενα προϊόντα της chocolone είναι σοκολάτες, κακάο σκόνη, καραμέλες. Αναλυτικά τα παραγόμενα προϊόντα της μονάδας με την εμπορική ονομασία τους είναι:

-  Α. Σοκολάτες: Κλασσικές σοκολάτες σε πλακίδια, όπως γάλακτος, αμυγδάλου και υγείας. Σοκολάτες γάλακτος, υγείας και λευκή σε διάφορους τύπους και συνδυασμούς π.χ. μεολόκληρα ή κομμένα, αμύγδαλα και φουντούκια. Διάφορες σοκολάτες όπως, παιδική σοκολάτα με περισσότερο γάλα, γεμιστή σοκολάτα Serano, Break διαφόρων τύπων π.χ. με ολόκληρα αμύγδαλα, ολόκληρα φουντούκια, σταφίδες ξηρούς καρπούς, Corn Flakes, γάλακτος, υγείας, λευκή με σταφίδες, αμύγδαλα και φουντούκια. Γεμιστές Break με γέμιση καρύδας, φράουλας, πραλίνας και καπουτσίνο.
-  Β. Σοκολατίνια Assorties (nougatine, amaretto, praline, moka), σοκολατίνια Serano, Bitter και Noisetta σε κασετίνες και σακουλάκια.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



www.chocolove.gr

Η ..αιώνια αγαπημένη σας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11ο: ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ



11α. Στόχοι του τμήματος

Κύριος στόχος του τμήματος είναι να φροντίζει ώστε στη βιομηχανία όλοι οι διευθυντές να τηρούν τις προδιαγραφές των συστημάτων, των διαδικασιών και των δεσμεύσεων της διοίκησης σε όλα τα στάδια της βιομηχανικής αλυσίδας.

Ο υπεύθυνος του τμήματος μεριμνά για τη διασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος σε κάθε στάδιο της παραγωγής του (πρώτες ύλες, παραγωγική διαδικασία, συσκευασία, αποθήκευση, διανομή). Η παραγωγή προϊόντων ποιότητας είναι θέμα μέγιστης προτεραιότητας. Ο ποιοτικός έλεγχος εξασφαλίζει την αξιοπιστία της επιχείρησης και μεγιστοποιεί το κέρδος. Προστατεύει τους καταναλωτές από τη χρήση ακατάλληλων προϊόντων και υπηρεσιών. Το τμήμα ποιοτικού ελέγχου λειτουργεί με βάση προδιαγραφές που καθορίζονται από την πολιτεία αλλά και προδιαγραφές που θέτει η ίδια η επιχείρηση, προκειμένου να είναι ανταγωνιστική. Όσο υψηλότερων ποιοτικών προδιαγραφών είναι ένα προϊόν σε συνδυασμό με την τιμή του, τόσο περισσότερο ανταγωνιστικό είναι στην αγορά. Τα κύρια καθήκοντα του είναι:



Δοκιμάζει τη λειτουργία των συστημάτων (Ποιοτικός Έλεγχος-Testings).



Κάνει Εσωτερικές Επιθεωρήσεις σε όλα τα τμήματα της βιομηχανίας και επικοινωνεί τα αποτελέσματα αυτών των επιθεωρήσεων στη Διοίκηση. Η Διοίκηση αποφασίζει τότε να προχωρήσει σε διορθωτικές ενέργειες που αφορούν στο τρόπο διοίκησης ή σε λάθη στην παραγωγική διαδικασία.



Εφαρμόζει διεθνή πρότυπα πιστοποίησης (π.χ. πρότυπα ISO) ώστε να αξιολογούνται οι ήδη υπάρχουσες διαδικασίες και να βελτιώνονται, όπου αυτό είναι απαραίτητο.



Ελέγχει τις διαδικασίες σε όλα τα στάδια της βιομηχανικής αλυσίδας ξεκινώντας από το Τμήμα Σχεδιασμού, το Τμήμα Προγραμματισμού Παραγωγής και Αποθήκης, το Τμήμα Παραγωγής, το Τμήμα Προμηθειών, το Τμήμα Οικονομικής Διαχείρισης, την Τεχνική Διεύθυνση αλλά και τη Διεύθυνση Προώθησης & Πωλήσεων και ειδικότερα το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών.

11β. Θεμελιώδεις Αρχές της Τυποποίησης προϊόντων

Η Τυποποίηση στην Ελλάδα στηρίζεται στις εξής θεμελιώδεις αρχές:

1η Ικανοποίηση αναγκών: Τα αμιγώς ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να ικανοποιούν ανάγκες της παραγωγής, της κατανάλωσης προϊόντων και υπηρεσιών, της επιστήμης και της τεχνολογίας, καθώς και άλλων τομέων της εθνικής οικονομίας και της κοινωνίας.

2η Συναίνεση: Τα ελληνικά πρότυπα πρέπει να απεικονίζουν την ευρύτερη δυνατή συμφωνία απόψεων και τη συναίνεση όλων των ενδιαφερομένων για το αντίστοιχο θέμα, σε εθνικό επίπεδο.

3η Αντικειμενικότητα: Τα ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να εκπονούνται επ' ωφελεία ολόκληρης της ελληνικής κοινωνίας. Οι διατάξεις που περιλαμβάνονται σε αυτά δεν παρέχουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε προϊόν ή υπηρεσία οιοδήποτε προμηθευτή.

4η Σύγχρονη τεχνολογία: Τα ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να λαμβάνουν υπόψη την εκάστοτε επιστημονική και τεχνολογική εξέλιξη, εφαρμόζονται, συμπληρώνονται, εκσυγχρονίζονται και αναθεωρούνται εναρμονιζόμενα με τις συνθήκες που διαμορφώνονται κάθε φορά στην ελληνική πραγματικότητα.

5η Ελληνική Γλώσσα: Τα αμιγώς ελληνικά πρότυπα και οι ελληνικές προδιαγραφές πρέπει να συντάσσονται στην ελληνική γλώσσα κατά τρόπο σαφή και ομοιογενή από άποψη ορολογίας, συμβόλων και εκφράσεων.

6η Εθελοντικός χαρακτήρας: Η εκπόνηση ελληνικών προτύπων πρέπει να στηρίζεται στη θέληση όλων των ενδιαφερομένων μερών να επιτευχθεί εθελοντικά συμφωνία μεταξύ τους, για έναν ή περισσότερους δηλωμένους σκοπούς. Η δέσμευση αυτή επεκτείνεται, στη συνέχεια, και στην εφαρμογή των προτύπων. Η εκπόνηση ενός προτύπου έχει μικρή αξία εφόσον αυτό δεν εφαρμόζεται.

Η τυποποίηση είναι μια από τις κύριες δραστηριότητες του ΕΛΟΤ. Αυτή υλοποιείται μέσα από την εκπόνηση, έκδοση και προώθηση της εφαρμογής και χρήσης Ελληνικών προτύπων και τυποποιητικών εγγράφων.

Σύμφωνα με τον ιδρυτικό του νόμο (Ν.372/1976), ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης είναι ο μοναδικός οργανισμός, σε εθνικό επίπεδο, έγκρισης, έκδοσης και διάθεσης των Ελληνικών Προτύπων. Αντίστοιχοι Οργανισμοί υπάρχουν σε όλα σχεδόν τα κράτη του κόσμου.

Τα πρότυπα και τυποποιητικά έγγραφα του ΕΛΟΤ μπορεί να προέρχονται από την:

- Υιοθέτηση, ως Ελληνικών, ευρωπαϊκών προτύπων, τα οποία εκπονούνται από εκπροσώπους-εμπειρογνώμονες των Εθνικών Οργανισμών Τυποποίησης των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω διαδικασιών που εποπτεύουν οι ευρωπαϊκοί Οργανισμοί Τυποποίησης: η European Committee for Standardization-CEN, η European Committee for Electrotechnical Standardization-CENELEC και το European Telecommunications Standards Institute-ETSI. Σημειώνεται ότι τα ευρωπαϊκά πρότυπα υιοθετούνται καταρχήν στη γλώσσα που παρήχθησαν (Αγγλική, Γαλλική, Γερμανική) και όταν υπάρχουν διαθέσιμοι πόροι γίνεται ακριβής μετάφραση του περιεχομένου του προτύπου, στην Ελληνική.
- Υιοθέτηση ως έχουν ή με τροποποιήσεις, προτύπων, τα οποία εκπονούνται από τους διεθνείς Οργανισμούς Τυποποίησης International Organization for Standardization-ISO, International Electrotechnical Commission-IEC, όργανα στα οποία συμμετέχει και ο ΕΛΟΤ.
- Εκπόνηση αμιγώς εθνικών προτύπων και τυποποιητικών εγγράφων, για την κάλυψη άμεσων αναγκών της εθνικής μας Οικονομίας και εφόσον δεν υφίστανται αντίστοιχα ευρωπαϊκά ή διεθνή πρότυπα.
- Σημειώνεται ότι η εφαρμογή των προτύπων είναι προαιρετική, εκτός εάν νομοθετικές ή κανονιστικές, εθνικές ή ευρωπαϊκές διατάξεις την καθιστούν υποχρεωτική.

11γ. Σύστημα ποιοτικού ελέγχου της εταιρείας

Τα παραγόμενα από την Chocolone προϊόντα πληρούν κατά γράμμα τις απαραίτητες για κάθε προϊόν προδιαγραφές ,οι οποίες έχουν γίνει αποδεκτές και από τον καταναλωτή, πάντοτε με γνώμονα τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας του καταναλωτή.

Για την επίτευξη αυτών των στόχων λειτουργεί σύστημα ποιοτικού ελέγχου και σύστημα HACCP (Hazard analysis and critical control points- Ανάλυση κινδύνων και κρίσιμα σημεία ελέγχου). Το HACCP είναι μια προληπτική μέθοδος που σκοπό έχει την εξασφάλιση της ασφάλειας και υγιεινής των τροφίμων και ποτών που παράγει μια επιχείρηση σε όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής και διάθεσης. Ο ποιοτικός έλεγχος γίνεται από εξειδικευμένο προσωπικό και περιλαμβάνει έλεγχο πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας, ενδιάμεσων προϊόντων, παραγωγικών διαδικασιών και τελικών προϊόντων.

Διενεργούνται όλοι οι προβλεπόμενοι έλεγχοι καθ'όλη την διάρκεια της παραγωγής, καθώς και καθημερινός οργανοληπτικός έλεγχος όλων των παραγόμενων ειδών Γίνονται τακτικοί έλεγχοι όλων των παρτίδων πρώτων υλών και αναλύσεις σε κατάλληλα εξοπλισμένους εργαστηριακούς χώρους. Οι μέθοδοι ποιοτικού ελέγχου που έχουν υιοθετηθεί είναι οι διεθνώς ενδεδειγμένοι για τα αντίστοιχα προϊόντα.

Η εφαρμογή του συστήματος HACCP σύμφωνα με την οδηγία 93/43 της Ε.Ε. προστατεύει τον καταναλωτή από φυσικούς, χημικούς και μικροβιολογικούς κινδύνους.






11δ.Συστήματα διασφάλισης ποιότητας

Τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας εφαρμόζονται παγκοσμίως τα τελευταία 20 χρόνια. Βασικός στόχος ήταν να μπορεί να πιστοποιείται από τρίτο μέρος η ποιότητα λειτουργίας μιας επιχείρησης, ώστε να αρθούν οι ενδοιασμοί και οι επιφυλάξεις των καταναλωτών των προϊόντων. Εν συνεχεία όμως, αποδείχθηκε ότι αποτελούν ένα πολύ καλό εργαλείο διοίκησης για τις επιχειρήσεις, οδηγεί σε μία τάξη λειτουργίας και τελικά σε ελάττωση του λειτουργικού κόστους.

Το ISO 9001:2000 είναι διεθνώς αναγνωρισμένο πρότυπο για την διασφάλιση ποιότητας και ποιοτική διαχείριση επιχειρήσεων. Αποτελεί επιχειρησιακό μοντέλο που εφαρμοζόμενο διασφαλίζει την προσδοκώμενη ποιότητα στα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει μία επιχείρηση. Εφαρμόζεται πάνω στις διαδικασίες που παράγουν τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει ένας οργανισμός. Παρέχει μέθοδο και συστηματικό έλεγχο των επιχειρησιακών ενεργειών ώστε να εξασφαλίζεται η ικανοποίηση αναγκών και απαιτήσεων του πελάτη. Έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να εφαρμόζεται για την παραγωγή οποιουδήποτε προϊόντος ή την παροχή οποιασδήποτε υπηρεσίας και σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου.

Το ΕΛΟΤ EN ISO 22000 είναι το πρώτο διεθνές πρότυπο Διασφάλισης Ποιότητας και Ασφάλειας Τροφίμων που αντικαθιστά το HACCP, σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα και για όλων των ειδών τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που συμμετέχουν σε αυτήν, αντιμετωπίζοντας όλους τους πιθανούς κινδύνους της Ασφάλειας των τροφίμων. Αποσκοπεί στην εναρμόνιση σε παγκόσμια κλίμακα του τρόπου εφαρμογής των διεθνώς αποδεκτών αρχών για την διάθεση των προϊόντων των επιχειρήσεων τροφίμων

Τα οφέλη από την εγκατάσταση και πιστοποίηση Συστήματος Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων συνοψίζονται στα ακόλουθα:

-  Ενισχύεται η φήμη της εταιρείας ως προς τη δυνατότητα της να προστατεύσει την υγεία του καταναλωτή
-  Με την εφαρμογή προληπτικών μέτρων, μειώνεται το κόστος παραγωγής λόγω της μείωσης απορρίψεων παρτίδων προϊόντων
-  Αποκτά η επιχείρηση σοβαρό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών στις εξαγωγικές δραστηριότητες καθώς ανοίγονται ευκαιρίες για διεξόδου σε διεθνείς αγορές.
-  Παρέχονται αποδείξεις στις αρμόδιες αρχές συμμόρφωσης με τη νομοθεσία.
-  Αποδεικνύεται η ευαισθησία της επιχείρησης για την προστασία της δημόσιας υγείας και η ικανότητα της να παράγει ασφαλή τρόφιμα.

Αποτελεί απαίτηση των πελατών ως εγγύηση ασφαλείας των προϊόντων, καθώς πρόκειται για ένα έγκυρο σύστημα που διαχειρίζεται την ασφάλεια των τροφίμων (όλο και περισσότερες επιχειρήσεις απαιτούν από τους προμηθευτές τους να διαθέτουν πιστοποιημένο σύστημα HACCP).



Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

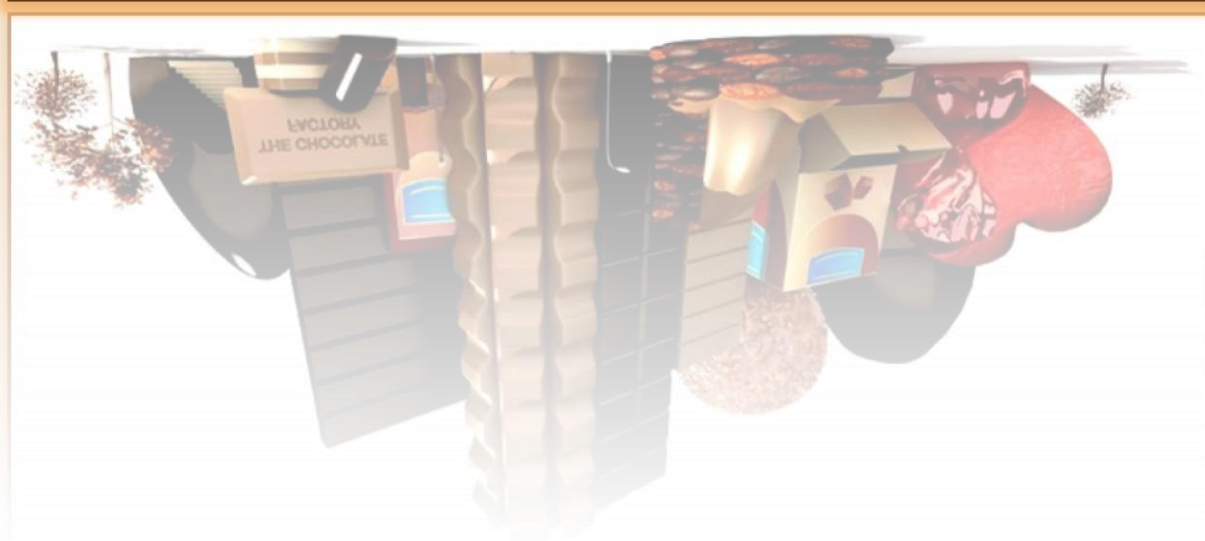
Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



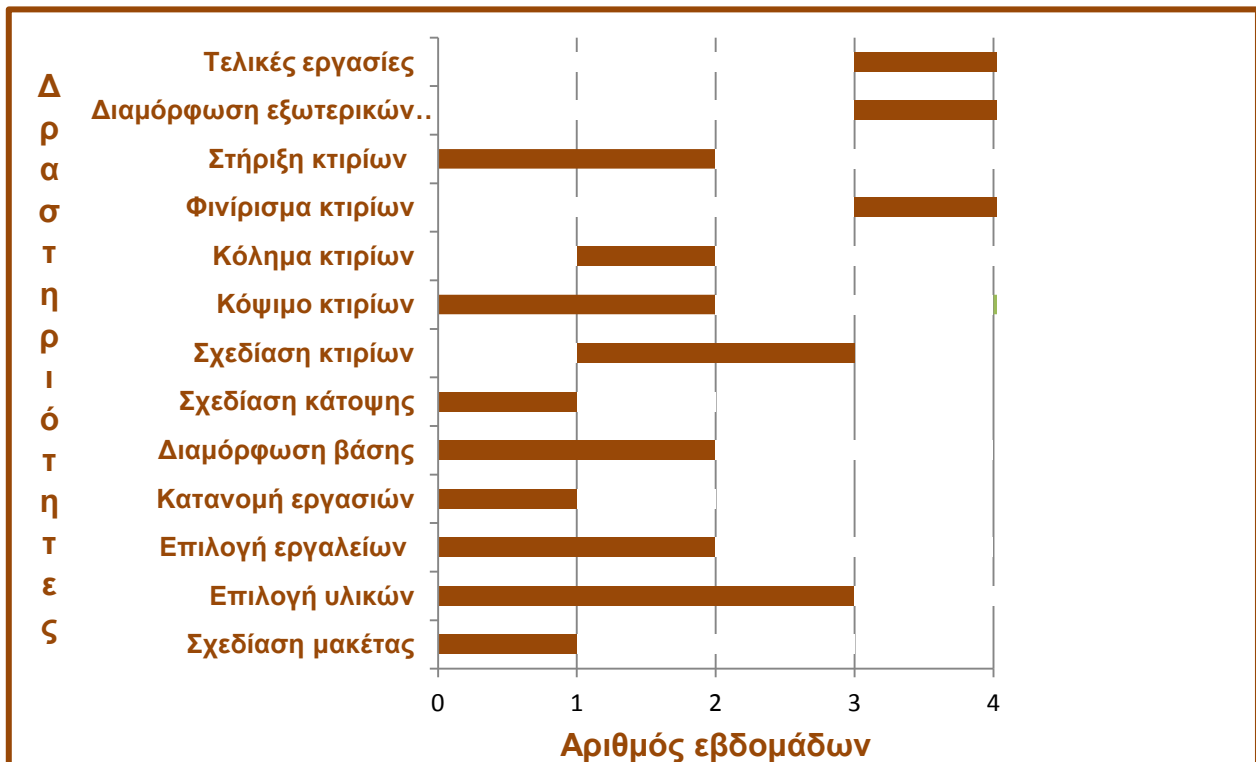
www.chocolove.gr

Η ..αιώνια αγαπημένη σας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12ο: Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΗΣ ΜΑΚΕΤΑΣ ΜΑΣ



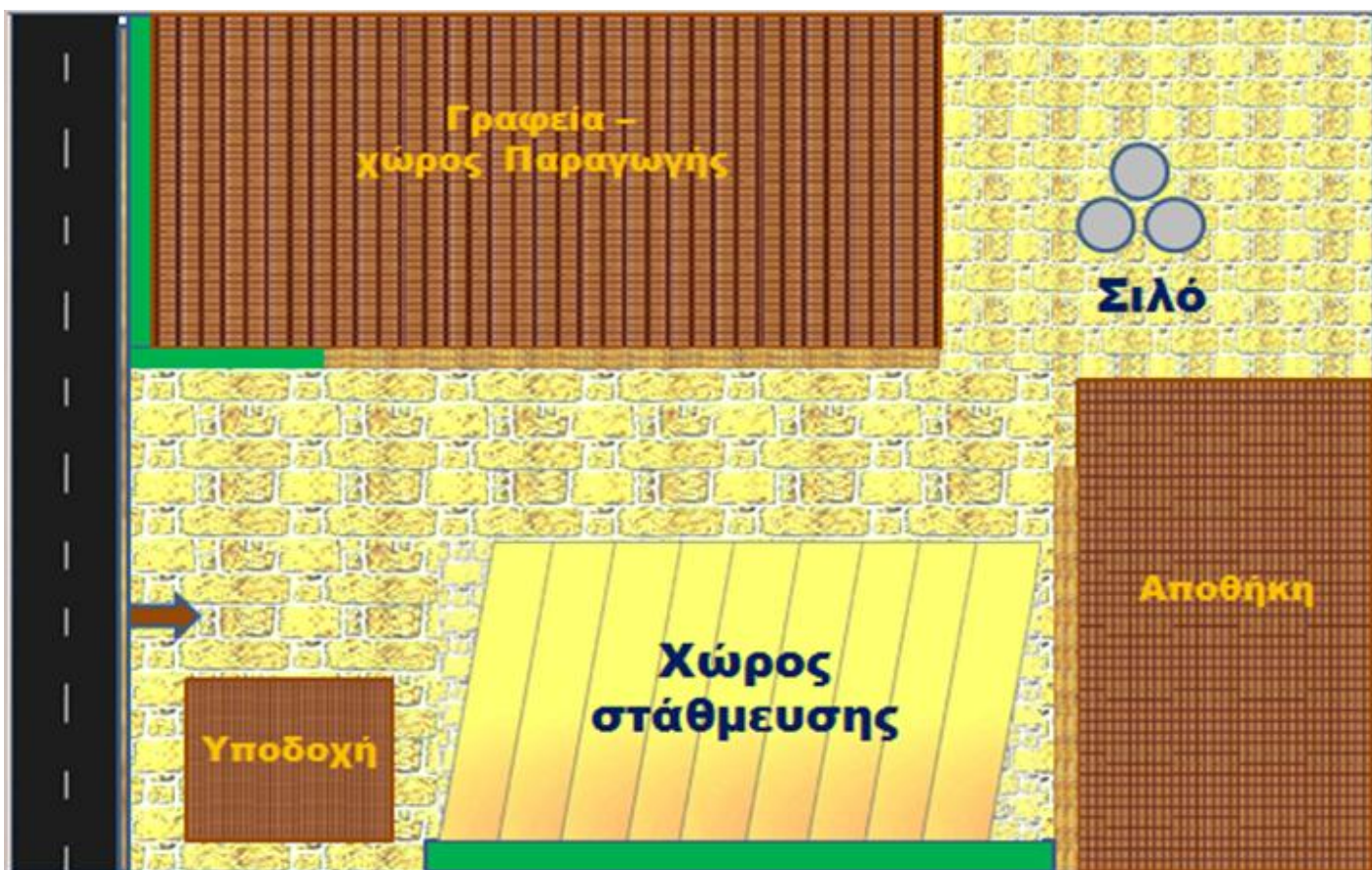
12α. Χρονοδιάγραμμα εργασιών μακέτας. Σχόλια για την τήρησή του.



12β. Ημερολόγιο εργασιών κατασκευής μακέτας.

A/A	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΤΟΠΟΣ	ΕΡΓΑΣΙΕΣ - ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
1.	Τετάρτη 6 Μαρτίου 2013	Σχολείο - σπίτι	Κατανομή εργασιών – σχεδίαση κάτοψης – ανάθεση επικόλλησης τοίχων 2 κτιρίων σε σπίτι
2.	Τετάρτη 13 Μαρτίου 2013	Σχολείο	Επικόλληση 2 κτιρίων σε βάση μακέτας. Προετοιμασία σιλό – επικόλληση δρόμου – επικόλληση μέρους του πλακόστρωτου.
3.	Τετάρτη 20 Μαρτίου 2013	Σχολείο	Κατασκευή κτιρίου υποδοχής – επικόλληση πεζοδρομίων – τοποθέτηση φράκτη , χώρων πρασίνου.
4.	Τετάρτη 27 Μαρτίου 2013	Σχολείο	Τοποθέτηση φορτηγών ,δέντρων ,διαφόρων πινακίδων και πόρτας εισόδου. Τελική διαμόρφωση λεπτομερειών
5.	Σάββατο 20 Απριλίου	Σχολείο	Έκθεση έργων τεχνολογίας

12γ. Παρουσίαση σχεδίων κάτοψης και κατασκευής της μακέτας.



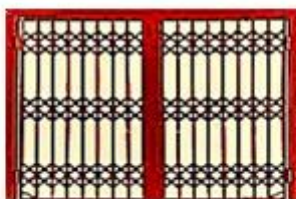
Τοίχος με πόρτα και παράθυρα



Τοίχος με παράθυρα και γκαραζόπορτες



Πλακόστρωτο εξωτερικών χώρων



Πόρτα εισόδου



Οροφές κτιρίων



Φορητά επιχείρησης



Χώρος στάθμευσης

12δ. Φωτογραφίες από την κατασκευή της μακέτας.



12ε. Κατάλογος υλικών και κόστους αγοράς τους για την μακέτα.

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΛΙΚΟΥ	ΧΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Ξύλο νοβοπάν 60εκ. X 90εκ.	Βάση μακέτας	Δωρεά σχολ. επιτροπής
2	Χάρτινα κουτιά από φωτοτυπικό χαρτί 1 τμχ.	Για κτίριο αποθήκης	Άνευ αξίας
3	Χάρτινο κουτί 45 εκ X 30,7εκ. X 22εκ.	Για κτίριο γραφείων και παραγωγής	0,70 €
4	Έγχρωμες εκτυπώσεις μεγέθους A3 (22τμχ. X 0,40€)	Επένδυση κτιρίων ,δάπεδο , επένδυση περιφραξης, άλλες δημιουργίες	8,80 €
5	Έγχρωμες εκτυπώσεις μεγέθους A4 (10 τμχ. X 0,20€)	Χώροι στάθμευσης, δρόμοι ,οροφές πεζοδρόμια κ.ά.	2,00 €
6	Έγχρωμες εκτυπώσεις μεγέθους A4 χαρτόνι (4 τμχ.X 0,25€)	Φορητά , πινακίδες σε οροφή, πινακίδες κτιρίων και πόρτας	1,00 €
7	Υγρή κόλα UHU 35 ml– σωληνάριο (8 τμχ.X 1,70€) - σιλικόνη	Για όλες τις επικολλήσεις	13,60 €
8	Τεμάχιο μακετόχαρτου πάχους 5εκ. - αναλογία	Δημιουργία θυρωρείου	3,00 €
9	Δεντράκια πλαστικά (4 τμχ. X 1€)	Για χώρους πρασίνου	4,00 €
10	Τεχνητή χλόη - 1 συσκευασία αναλογία	Για χώρους πρασίνου	1,00 €
11	Τεμάχιο μακετόχαρτου πάχους 10εκ. - αναλογία	Κατασκευή περιφραξης	2,50 €

12	Δεντράκια πλαστικά	Για χώρους πρασίνου	4,00 €
----	--------------------	---------------------	--------

12στ. Κατάλογος εργαλείων και δυσκολίες στην κατασκευή της μακέτας.

A/A	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΟΥ	ΧΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ
1	Χάρακας	Σχεδίαση κάτοψης μακέτας
2	Ψαλίδι	Κόψιμο των διαφόρων χαρτιών
3	Ορθογώνιο τρίγωνο	Σχεδίαση κάτοψης μακέτας και διαφόρων μετρήσεων
4	Μέτρο	Σχεδίαση κάτοψης μακέτας και διαφόρων μετρήσεων
5	Κοπίδι	Κόψιμο διαφόρων χαρτονιών μακέτας
6	Πιστόλι σιλικόνης	Για επικόλληση των κτιρίων στην βάση της μακέτας

12ζ. Παρουσίαση κανόνων ασφαλείας κατά την εκτέλεση των εργασιών.

Από τον διευθυντή ασφαλείας της ομάδας υπήρξε μέριμνα για την τήρηση των εξής κανόνων:

- ☞ Συνέπεια στην προσέλευση των μελών της ομάδας και άμεση ανάληψη καθηκόντων για κάθε μέλος της ομάδας.
- ☞ Παραλαβή και παράδοση κάθε εργαλείου και υλικού με προσοχή και χωρίς την ενόχληση των υπολοίπων μελών της ομάδας
- ☞ Οι εργασίες να εκτελούνται με αυξημένη προσοχή, κυρίως όταν χρησιμοποιούνται από μέλη της ομάδας. το πιστόλι σιλικόνη και το κοπίδι
- ☞ Τα εργαλεία και τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν κάθε φορά να τοποθετούνται με την λήξη των εργασιών στις προκαθορισμένες θέσεις τους.

12η. Οικονομικά στοιχεία σχετιζόμενα με την μακέτα.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ "chocolove"			
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ (ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ) ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΕΤΟΥΣ 2013			
ΕΣΟΔΑ		ΕΞΟΔΑ	
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΠΟΣΟ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΠΟΣΟ
Συνδρομές μελών έως 6 Μαρτίου	31,00 €	Ξύλο νοβοπάν 60εκ. X 90εκ.	Δωρεά σχολ. επιτροπής
Συνδρομές μελών στις 13 Μαρτίου	3,00 €	Χάρτινα κουτιά από φωτοτυπικό Χαρτί / 1 τμχ.	Άνευ αξίας
Συνδρομές μελών στις 20 Μαρτίου	3,00 €	Χάρτινο κουτί 45 εκ X 30,7εκ. X 22εκ.	0,70 €
Συνδρομές μελών στις 27 Μαρτίου	3,00 €	Έγχρωμες εκτυπώσεις μεγέθους A3 (22τμχ. X 0,40€)	8,80 €
		Έγχρωμες εκτυπώσεις μεγέθους A4 (10 τμχ. X 0,20€)	2,00 €
		Έγχρωμες εκτυπώσεις μεγέθους A4 χαρτόνι (4 τμχ. X 0,25€)	1,00 €
		Υγρή κόλα UXU 35 ml- σωληνάριο (8 τμχ. X 1,70€)	13,60 €
		Τεμάχιο μακετόχαρτου πάχους 5εκ. - αναλογία	3,00 €
		Δεντράκια πλαστικά (4 τμχ. X 1€)	4,00 €
		Τεχνητή χλόη - 1 συσκευασία αναλογία	1,00 €

		Τεμάχιο μακετόχαρτου πάχους 10εκ. -αναλογία	2,50 €
		Πλαστικοποιήσεις χαρτονιών παρουσίασης	4,00 €
ΣΥΝΟΛΟ ΕΣΟΔΩΝ	40,00 €	ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	40,60 €

12θ. Παρουσίαση σεμιναρίων για την μακέτα.

Στα 2 πρώτα μαθήματα του μηνός Απριλίου έγινε προφορική παρουσίαση των ενεργειών που βοήθησαν την ομάδα μας στην ολοκλήρωση της μακέτας. Από όλα τα μέλη υπήρξε θετική συμβολή και ικανοποίηση για την εκτέλεση των εργασιών της μακέτας.

Chocolove Α.Ε. – Σοκολατοβιομηχανία

Φλέμινγκ 2 – Αγ.Ι.Ρέντης – Τ.Κ. 182 33
ΤΗΛ.: 210.4815150-3 / FAX : 210 4815154
e-mail : info@chocolove.gr



Η ..αιώνια αγαπημένη σας

www.chocolove.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12ο: ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΑΣ



13α. Φωτογράφιση χαρτονιού με διάγραμμα φάσεων βιομηχανικής παραγωγής σοκολάτας



13β. Φωτογράφιση χαρτονιού με διάγραμμα φάσεων γεωργικής παραγωγής σοκολάτας



13γ. Φωτογράφιση χαρτονιού με κανόνες ασφαλείας



Chocolove A.E. Σοκολατοβιομηχανία ΑΦΙΣΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ



13δ. Φωτογράφιση δειγμάτων από προϊόντα της επιχείρησής μας.





Πηγές πληροφόρησης



<http://www.ion.gr/>



<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/stef/mhx/2012/ChatziiliadisThomas/attached-document-1338968604-379794-17207/Chatziiliadis2012.pdf>



<http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/1040/1/Ntavara.pdf>



<http://www.texnikosasfaleias.gr/default.asp>



<http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick.aspx?fileticket=6MbOsuR2eEs%3D&tabid=380&mid=838>



http://www.elot.gr/118_ELL_HTML.aspx



http://lykralleion.att.sch.gr/Erg_Mathitriou/ERGASIES_2011_2012/SOKOLATA_EPIPTOSEIS.pdf